

**PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN MASYARAKAT
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BNI SYARIAH MIKRO
WONOMULYO DI KABUPATEN POLEWALI MANDAR**



Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar**

Oleh:

NURLIANI. M

90100114023

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurliani.M
NIM : 90100114023
Tempat/Tgl. Lahir : Lampa, 10 Juli 1996
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jln. Btn pao-pao permai
Judul : “Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar”

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini adalah benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R
Samata-Gowa, Juli 2018
Penyusun,

NURLIANI. M
90100114023

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul **“Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar”** yang disusun oleh **NURLIANI. M**, NIM: **90100114023**, Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 27 Juli 2018, bertepatan dengan 14 Dzulqaidah 1439 H, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag.
Sekertaris : Dr. H. Abd. Wahab, S.E, M. Si.
Munaqisy I : Dr. Amiruddin K, M.Ei.
Munaqisy II : Memen Suwandi, S.E, M.Si.
Pembimbing I : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag
Pembimbing II : Drs. Thamrin Logawali, MH

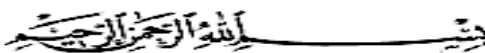
Samata-Gowa, 27 juli 2018
14 Dzulqaidah 1439 H

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Alauddin Makassar

§ Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19580221 198703 1 002

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa tercurahkan kepada Nabi Akhirul zaman, Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi tauladan bagi semua ummat. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababari, M.Si, selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Wakil Rektor I Prof. Dr. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor II Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A, dan Wakil Rektor III Prof. Siti Aisyah M.A., Ph.D yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Alauddin Makassar.
2. Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag selaku Pembimbing I dan Drs. Thamrin Logawari, M.H selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ketua jurusan Ekonomi Islam Dr.Hj.Rahmawati Muin, S.Ag, M.Ag yang selalu memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Dosen-dosen jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dan Staf jurusan Ekonomi Islam beserta staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam pengurusan berkas yang dibutuhkan penulis selama kuliah.
5. Ibu tercinta Hj.St.Ama,S.Pd.i dan Ayah (Alm), kakak Nia dan Dina yang tersayang serta adek Anha dan Salsa yang tersayang. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dukungan dan do'a restu di setiap langkah ini, kiranya amanah yang diberikan kepada penulis tidak tersia-siakan.
6. Sahabat-sahabat ku sekaligus teman rumahku Desi dan Lola yang selalu mendengarkan setiap keluhan ku dan memberikan support untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman JOFIS (Jomblo Fisabilillah) yang berjumlah 10 orang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan siraman-siraman rohani setiap mendengar keluhan dan tangisanku selama penyelesaian skripsi ini.
8. Teman teman angkatan 014 Ekonomi Islam serta sahabat-sahabat seperjuanganku Huswatun hasana, Nur nilawati, Aizzatul dan Wa Ode Asmarani.
9. Sahabat-sahabatku yang telah memberi semangat Rini, Shyta dan fausyah Anwar.
10. Saudara laki-laki ku Muh. Akbar yang telah memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Pimpinan dan Staf BNI Syariah serta seluruh Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo yang telah bersedia membantu penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik mental maupun spiritual yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu kelancaran dan penyusunan skripsi ini, semoga Allah SwT membalas kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Makassar, 10 Juli 2018

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R
NURLIANI. M
90100114023

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Hipotesis	8
D. Defenisi Operasional Variabel	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	11
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori Bank Syariah	13
1. Pengertian Bank Syariah	13
2. Ciri-Ciri Bank Syariah	13
3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	16
B. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Menabung	18
C. Teori Promosi	23
1. Pengertian Promosi	23
2. Bauran Promosi	25
D. Teori Pengetahuan Masyarakat	28
1. Pengertian Pengetahuan Masyarakat	28

2. Pengetahuan Tentang Bank Syariah	30
E. Teori Minat Menabung	36
1. Pengertian Minat Menabung	36
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	37
3. Proses Keputusan Pembelian	38
F. Kerangka Fikir	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Metode dan Lokasi Penelitian	41
1. Jenis Metode Penelitian	41
2. Lokasi Penelitian	41
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	43
D. Metode Pengumpulan Data	44
E. Instrumen Penelitian	46
F. Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	
1. Data Umum	52
2. Data Khusus	67
3. Gambaran Umum Responden	67
B. Analisis Data	
1. Deskripsi Data	69
2. Hasil Uji Prasyarat Analisis Data	79
a. Uji Validitas	80
b. Uji Reliabilitas	81
3. Uji Asumsi Klasik	82
c. Uji Normalitas	82
d. Uji Multikolinearitas	82
e. Uji Autokorelasi	83
f. Uji Heterokedastisitas	84
4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	
a. Analisis Regresi Berganda	84

b. Uji F	87
c. Uji T	88
d. Koefisien Determinasi	89
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah	90
2. Pengaruh pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah	91
3. Pengaruh promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi nasabah	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahapan Proses Pembelian	39
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	40
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	17
Tabel 2.1 Distribusi Usia Responden	68
Tabel 2.2 Distribusi Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 2.3 Distribusi Pekerjaan responden	69
Tabel 3.1 Distribusi Variabel Promosi	70
Tabel 3.2 Kategori pengaruh Promosi	72
Tabel 4.1 Distribusi Pengetahuan Masyarakat	73
Tabel 4.2 kategori Pengaruh Pengetahuan Masyarakat	75
Tabel 5.1 Deskripsi Variabel Minat	77
Tabel 5.2 Kategori Variabel Minat	79
Tabel 6.1 Hasil Pengujian Validitas	80
Tabel 7.1 Hasil Pengujian Reliabilitas	81
Tabel 8.1 Hasil Pengujian Normalitas	82
Tabel 8.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas	83
Tabel 8.3 Hasil Uji Autokorelasi	84
Tabel 9.1 Koefisien Regresi	85
Tabel 9.2 Persamaan Regresi Variabel	86
Tabel 10.1 Hasil Uji F	87
Tabel 11.1 Hasil Uji t	89
Tabel 11.2 Koefisien parsial ganda	89
Tabel 12.1 Koefisien Determinasi	90

ABSTRAK

Nama : Nurliani. M
NIM : 90100114023
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah di Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah, 2) mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah, 3) mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 63 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kusioner dan dilakukan analisis data melalui uji validitas dan reliabilitas, kemudian teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji prasyarat (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterikedastisitas) dan uji statistik (Uji t, Uji f dan koefisien determinasi).

Data-data yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 18,852 + 0,205 X_1 + 0,485 X_2$. Hasil analisis mendapatkan bahwa kedua faktor promosi dan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua factor tersebut mempengaruhi minat menabung. Hasil penelitian lain dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa promosi dan pengetahuan masyarakat secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung. Dan yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat menabung adalah pengetahuan masyarakat dilihat pada koefisien parsial ganda pada uji t.

Implikasi penelitian, penelitian ini hanya dapat menemukan *R Square* sebesar 0,484 atau 48,4% promosi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Islam sebagai salah satu lembaga keuangan, sama halnya dengan bank-bank lain dalam beroperasi. Di samping sebagai produsen juga sebagai intermediary bagi para nasabah sebagaimana mudharib. Perbankan Islam beroperasi atas dasar ajaran Islam, yang memiliki prinsip operasional, berprinsip beda dengan prinsip operasional bank konvensional (*convensional bank*). Bila dalam bank konvensional biaya operasional dan lainnya atas dasar *interest rate* atau suku bunga, maka perbankan syariah lebih kepada “*profit and lost sharing principle*”, yang mana prinsip ini sesuai dengan ajaran Islam sesuai dengan Al-quran dan Hadis”.¹

Bank yang tidak menerapkan system bunga konvensional lainnya, melainkan “Bagi hasil” yang tidak saja berdimensi materil belaka tetapi juga dituntut immaterilnya. Dalam peraturan pemerintah secara tegas dinyatakan bahwa pada “Bank Syariah tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil”.²

Di Indonesia, regulasi mengenai Bank Syariah tertuang dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut

¹ Rahmawati Muin, 2014, *Lembaga Keuangan Syariah* (Makassar: 2014), h.41.

² Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah* (Makassar: 2011), h. 20.

jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).³

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi di tandai dengan disetujuinya UU No.10 Tahun 1998 yang diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan di implementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan menkonversi diri secara total menjadi Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa:

Kebutuhan akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah⁴

Pada saat ini banyak sekali bank konvensional yang menkonversikan dirinya menjadi bank syariah contohnya BRI syariah, BNI syariah, Mandiri Syariah, dll. Bank syariah adalah institusi bisnis yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Disini perlu dipahami bahwa bank syariah, seperti organisasi bisnis lainnya, memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan secara optimal, namun dengan memperhatikan kaedah dan etika bisnis menurut Syariah Islam, misalnya larangan untuk mengambil atau membayarkan bunga (riba), memberikan pembiayaan untuk perusahaan yang memproduksi barang-barang haram dan berinvestasi pada surat berharga yang tidak memenuhi kriteria syariah (Sharia compliant). Jadi yang harus dipahami adalah, bahwa bank syariah bukanlah lembaga sosial yang bertugas membagi-bagikan sumbangan tanpa harus dikembalikan. Ketika pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat, perbankan

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 61.

⁴ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.25.

syariah memiliki asosiasi yang kuat dengan sistim bagi hasil. Namun dalam praktiknya, perbankan syariah tidak hanya menawarkan produk pembiayaan dan tabungan dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah dan Musyarakah), namun juga ada jual beli tangguh (Murabahah), Salam, Istisna dan Ijarah.

Produk dengan akad bagi hasil memang belum mendominasi porsi pembiayaan pada bank syariah, meskipun merupakan jenis pembiayaan yang lebih adil, namun memiliki risiko yang lebih besar daripada jenis pembiayaan lain seperti Murabahah. Risiko itu antara lain, risiko kegagalan proyek yang dibiayai, dimana bank ikut menanggung kerugian, kemudian risiko dari pelaksana (Mudharib) yang berpotensi melakukan kecurangan pelaporan sehingga menaikkan biaya dan berakibat pada rendahnya pendapatan atau keuntungan yang akan dibagi antara bank syariah dengan pelaksana. Dengan tingginya risiko pada pembiayaan bagi hasil, maka bank syariah harus berhati hati dalam memberikan pembiayaan jenis tersebut. Sehingga tidak setiap pengusaha atau nasabah yang mengajukan pembiayaan kepada bank syariah akan mendapat pembiayaan bagi hasil.

Menabung di Bank Syariah merupakan salah satu anjuran dalam Islam yang berkaitan dengan urusan keduniaan manusia, yang sebenarnya merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah karena menjalankan perintah Allah yang memerintahkan manusia untuk tidak melupakan urusan dunianya karena urusan dunia dan akhirat hendaknya diseimbangkan dan tidak dilupakan salah satunya. Salah satu tujuan adanya perintah menabung ini adalah agar Umat Islam memiliki investasi untuk masa depannya, sebagai bekal untuk menghadapi segala

kemungkinan yang terjadi di masa yang akan datang, karena manusia tidak ada satupun yang tahu tentang apa yang akan terjadi dihari esok, kapan ia akan sehat, kapan ia akan sakit, bahkan kapan dan dimana ia akan meninggal tidak seorangpun yang mengetahuinya.

Sebagaimana dalam firman Allah QS. Al-Hasyr/59 : 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok(akhirat); dan bertakwalah kepada Allah sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁵

Ayat di atas menjelaskan tentang bagaimana Allah memerintahkan kepada manusia agar memperhatikan persiapan dihari esok sebagai bentuk ikhtiar, terlebih lagi ayat ini diperintahkan khusus untuk hambanya yang bertakwa. Memperhatikan hari esok berarti melakukan perencanaan perencanaan hidup dimasa depan. Perencanaan yang dimaksud tidak hanya perencanaan yang bersifat ukhrawi saja tapi juga duniawi. Itulah sebabnya untuk dapat melakukan perencanaan pada dua sisi dari segi penelitian yang saya ambil maka dapat dilihat untuk memenuhi akhirat dan duniawi nya manusia dianjurkan untuk menabung dan tidak pada tempat yang mengandung kedzaliman, maka dalam hal ini untuk mendekatkan pada anjuran Allah maka menabung pada Bank Syariah adalah perencanaan yang memenuhi persyaratan dunia dan akhirat.

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahan* (Surabaya: Fajar Mulya, 2011), h. 414.

Bank syariah harus memperhatikan beberapa faktor untuk menarik minat menjadi nasabah karena banyak orang awam yang belum paham bagaimana sistem dalam perbankan syariah sehingga diperlukan juga adanya promosi untuk memperkenalkan system dan bagaimana penerapannya seperti yang dijelaskan pada paragraf di atas. Agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah karena pada saat ini banyak yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan menabung di Bank Konvensional. Persepsi umum ini masih menghinggapi masyarakat, sehingga tidak heran mereka masih enggan untuk menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah. Di kabupaten Polewali mandar sendiri dengan jumlah penduduk 417.472 jiwa dengan jumlah kecamatan sebanyak 16 kecamatan dengan mayoritas penduduk beragama Islam lalu masih sedikit sekali masyarakat yang menabung di Bank Syariah bukti nyata terhadap rendahnya minat masyarakat menabung seperti contohnya pada Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar yaitu tepatnya pada BNI syariah pada sebuah data yang diambil langsung dari BNI konvensional dan BNI syariah lewat survei yaitu 1.465 jiwa jumlah penduduk yang menjadi nasabah pada BNI konvensional sedangkan yang menjadi nasabah pada BNI syariah hanya sebesar 172 jiwa hal ini membuktikan bahwa jumlah nasabah BNI syariah lebih sedikit dibanding penabung di bank konvensional. Hal ini membuktikan rendahnya minat masyarakat menabung di bank syariah sedangkan kita ketahui bahwa masyarakat di Kabupaten Polewali Mandar adalah dominan beragama Islam.

Hal ini bisa dilihat dari lambannya pertumbuhan perbankan syariah, kendati potensinya sangat besar mengingat sebagian penduduk beragama Islam. Perbankan syariah yang masih rendah nasabah penabungnya juga disebabkan karena beberapa faktor yang pertama faktor akses masyarakat, pendapatan, pemahaman agama, informasi, sosialisasi pihak bank dan persepsi masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Untuk membatasi faktor yang paling urgent pada hal ini adalah mengenai promosi dan pengetahuan masyarakat di kabupaten Polman mengenai Bank Syariah karena berdasarkan data-data real tersebut membuktikan bahwa sangat kurang kesadaran masyarakat Polman menjadi nasabah pada Bank Syariah. Kesadaran Masyarakat tersebut yang harus diperhatikan sehingga adanya anjuran untuk menabung di Bank Syariah agar masyarakat dapat lebih memahami pentingnya menabung dalam kehidupan sehari-hari.

Penyebab kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah diantaranya karena pemahaman atau pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sangat kurang sehingga adanya penjelasan mengenai anjuran menabung agar masyarakat dapat lebih memahami pentingnya memperhatikan urusan duniawi dan akhirat. Sedikitnya masyarakat yang ingin menjadi nasabah pada Bank Syariah karena masyarakat terbiasa menabung pada bank konvensional sehingga bank syariah memiliki peran penting untuk memberikan pengetahuan tentang Perbankan Syariah kepada masyarakat baik itu melalui program sosialisasi atau promosi. Sedangkan pada BNI Syariah di Kecamatan Wonomulyo masih terbatas karena program sosialisasi yang dilakukan terhadap masyarakat

masih kurang optimal karena bank syariah hanya melakukan promosi pada pihak-pihak tertentu seperti perkantoran, sekolah-sekolah dan lainnya sedangkan pada masyarakat secara umum masih jarang sehingga membuat pemahaman terhadap bank syariah masih lambang. Hal itu akibat masih sulitnya merubah pola pikir masyarakat untuk memilih bank syariah. Hingga kini masyarakat, masih terbiasa dengan bank konvensional, dibandingkan bank syariah. Artinya, promosi perbankan syariah masih sangat kurang. Masyarakat luas di berbagai segmen masih belum banyak mengerti sistem, konsep, dan keunggulan Bank Syariah.

Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah adalah hal urgent yang harus diperhatikan dalam rangka mengukur, merencanakan, dan menerapkan strategi pengembangan bank syariah di bidang apapun. Melihat fenomena itu, terutama untuk menjembatangi perbedaan persepsi antara masyarakat dengan perbankan syariah, maka perlu dilakukan promosi secara terus menerus untuk mencapai titik temu sehingga tercapai pemahaman mengenai perbankan syariah yang benar. Oleh karena itu dituntut kerja sama Bank Indonesia, perbankan syariah, pemerintah pusat dan daerah, MUI dan dunia pendidikan untuk bersinergi memberikan pendidikan mengenai konsep perbankan syariah kepada masyarakat. Sehingga kita harapkan tidak lagi terdengar kritikan negative terhadap bank syariah yang bersumber dari ketidaktahuan seperti yang banyak ditemui dimasyarakat Banyak. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh promosi dan pemahaman masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kemudian mengangkatnya menjadi sebuah judul penelitian, yaitu

Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo Di Kabupaten Polewali Mandar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini,antara lain:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah BNI syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar?
3. Faktor manakah yang paling dominan berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Menabung di BNI syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar?

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian,dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan “dalam bentuk kalimat pertanyaan”.⁶ Hipotesis juga dapat didefenisikan sebagai “jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoretis yang diperoleh dari tinjauan pustaka”.⁷

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta 2015, h.97.

⁷ Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h.67.

Hipotesis yang diajukan untuk menguji data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Kerja (H_o)

Hipotesis kerja atau hipotesis alternative yang disingkat H_o , dari hipotesis ini menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y. jadi antara tingkatan hipotesis kerjanya (H_o) “Ada pengaruh yang signifikan antara faktor promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar”.⁶

2. Hipotesis nol (H_1)

Hipotesis ini sering disebut hipotesis statistic yang disingkat dengan H_o . Hipotesis ini menyatakan “Tidak ada pengaruh antara variable X dengan variable Y”. jadi dalam penelitian ini hipotesis nol (H_1) “Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar”.⁷

D. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen atau variabel terikat (Y) dan 2 variabel independen (X). Defenisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independent

Variabel independent atau variabel bebas, yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel dependent (variabel terikat). Variabel

independen dalam penelitian ini yaitu Promosi (X_1) dan Pengetahuan masyarakat (X_2).

a. Promosi

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran (*target consumers*) agar membelinya. Termasuk dalam kegiatan promosi adalah: “periklanan, persopnal selling, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat.”⁸

b. Pengetahuan Masyarakat

Pengetahuan adalah hasil pengindraan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indra yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan dapat pula diartikan sebagai seluruh pemikiran, ide, gagasan, konsep dan pemahaman manusia. “Indikator dari pengetahuan tentang Bank Syariah yaitu mengenai konsep, prinsip dan pengelolaan bank syariah”.⁹

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan Bank Syariah. Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan bank syariah. Sosialisasi ini harus melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan Bank Syariah kepada masyarakat.

⁸ Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran* (Makassar, 2009), h. 24.

⁹ Soekidjo Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 27.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel terikat, variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah minat menjadi nasabah (Y), yaitu minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna dan bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan bila orang tersebut diberi kebebasan untuk memilih.¹⁰

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah di BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar . sedangkan yang menjadi subjek penelitian ini adalah Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo. Dalam hal ini diharapkan penulis dapat mengetahui (Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Masyarakat Menabung pada BNI Syariah di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar).

F. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

¹⁰ Hurlock, Elizabeth B. *Perkembangan Anak*, (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 144.

- a. Untuk mengetahui pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar.
- c. Untuk mengetahui dari Promosi dan pengetahuan masyarakat factor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat menabung di BNI syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang berkelanjutan.
- b. Pihak perbankan, dapat dijadikan informasi bagi manajemen khususnya dalam menarik minat nasabah.
- c. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam ekonomi, yaitu teori promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat masyarakat menabung di BNI syariah.
- d. Memberikan kontribusi kepada para praktisi perbankan, terutama terkait dengan manajemen pemasaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Kata bank itu sendiri berasal dari bahasa latin *banco* yang artinya “bangku atau meja. Pada abad ke-12 kata *banco* merujuk kepada meja, counter atau tempat penukaran uang (money changer)”.¹¹ Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan rakyat Syariah (BPRS). Kedudukan Bank Syariah di Indonesia semakin kukuh pasca disahkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

2. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank syariah memiliki beberapa ciri-ciri dan karakteristik, antara lain:¹²

a. Berdimensi keadilan dan permintaan

Ciri ini dilakukan dengan bagi hasil (*mudharabah* atau *musyarakah*). Melalui bagi hasil tidak akan muncul kerugian yang hanya dialami oleh satu pihak, karena resiko kerugian dan keuntungan yang diperoleh akan ditanggung

¹¹ Rimsky K. Judisseno, *Sistem Moneter dan Perbankan Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 92-93.

¹² Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: 2011), h. 21.

bersama antara pihak bank dengan nasabahnya. Dengan demikian kekayaan tidak hanya beredar pada golongan tertentu. Dengan cara ini pula perekonomian umat akan terwujud secara merata, dari ciri pertama ini maka akan memungkinkan terjadinya perluasan kesempatan kerja bagi semua lapisan masyarakat, tanpa membedakan antara yang memiliki modal dengan kaum *dhu'afa*. Hal ini disebabkan prinsip bunga akan mendorong orang melakukan investasi langsung berupa pembiayaan proyek dan perdagangan yang dapat membuka lading-ladang usaha baru dan kaum *dhu'afa* juga dapat terlibat didalamnya.

b. Adanya pemberlakuan jaminan

Ciri ini seiring dengan pasal 8 UU Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang berbunyi :

Dalam memberikan kredit, bank umum wajib mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur mengembalikan hutangnya, anggunan dapat berupa barang, proyek atau hak tagih yang dibiayai dengan kredit yang bersangkutan...

Bank Syariah yang dijadikan sebagai jaminan adalah proyek yang tengah dikerjakan secara bersama-sama antara pihak bank dengan pemilik modal dengan nasabah sebagai pengelola usaha. Sedangkan di bank konvensional yang akan dijadikan jaminan oleh bank adalah kekayaan peminjam. Hal ini tentu saja berbeda dengan bank konvensional, dimana yang memiliki kesempatan modal hanyalah orang kaya yang sanggup memberikan hartanya sebagai jaminan. Oleh karena itu, idealnya suatu saat bank syariah mampu meratakan kesempatan berusaha bagi semua lapisan masyarakat yang memiliki potensi bisnis.

c. Menciptakan rasa kebersamaan

Operasional bank syariah berupaya menciptakan kebersamaan antar dirinya sebagai pemilik modal dengan nasabahnya sebagai peengelola modal. Hal ini sejalan dengan salah satu prinsip *muamalah*, yakni memelihara prinsip-prinsip keadilan dan kebersamaan, serta menghindari unsur-unsur penganiayaan dan pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

Secara umum, ciri ini bersumber dari firman-Nya QS. Al-Ma'idah/5:2

وَلَا تَجْرِمَنكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِيْمِ وَالْتَّقْوٰى وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahnya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.. Sedangkan kebersamaan dalam meningkatkan taraf hidup dengan pemanfaatan bank adalah termasuk tolong menolong dalam hal kebajikan, bahkan lebih jauhnya dapat meningkatkan keimanan dan ketakwaan, serta jauh dari kekufuran.¹³

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

d. Bersifat mandiri

Prinsip operasional bank syariah tidak menggunakan bunga, maka secara otomatis akan terlepas dari gejolak moneter, baik dalam negeri maupun internasional. Oleh karena itu, bank syariah dengan sendirinya tidak menggantungkan dirinya pada moneter, sehingga dapat berjalan tanpa dipengaruhi oleh inflasi dan bank syariah mendorong investasi, pembukaan lapangan kerja

¹³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahan* (Surabaya: Fajar Mulya, 2011), h. 106.

baru dan pemerataan kesempatan usaha. Lebih jauhnya, bank syariah berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang kini tengah dipropogandakan dan digalakkan.

e. Persaingan secara sehat

Sebagaimana telah dikemukakan di atas bahwa bank syariah hadir untuk kemaslahatan umat. Oleh karena itu, bentuk persaingan terjadi antar bank syariah dengan bank konvensional, antara keduanya akan menjunjung tinggi masing-masing yang iyya miliki dari yang lain untuk memberikan porsi bagi hasil kepada nasabah. Persaingan antar satu dengan yang lainnya. Dengan ini pula, nasabah tidak perlu memilih bank syariah yang akan dijadikan mitra kerjanya.

f. Adanya Dewan Pengawas Syariah

Ciri lain dari bank syariah sebagai pembeda dengan bank konvensional adalah adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bersifat independen, yang dibentuk oleh Dewan Pengawas Nasional (DSN) dan ditempatkan pada bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Keberadaan Dewan Pengawas Syariah di bank melakukan kegiatan “usaha berdasarkan syariah berfungsi sebagai penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pemimpin unit usaha syariah, dan pemimpin kantor cabang syariah.”¹⁴

3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah dan bank konvensional tidak jauh berbeda masalah teknis penerimaan uang, transfer, teknologikomputer yang digunakan, laporan keuangan dan sebagainya. Akan tetapi terdapat beberapa perbedaan mendasar diantara

keduanya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal. Struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja. Pada aspek akad dan legalitas, dalam bank syariah akad yang dilakukan berdasarkan prinsip Islam. perbedaan selanjutnya dalam bisnis dan usaha yang dibiayai, “bank syariah tidak akan membiayai usaha yang terkandung di dalamnya hal-hal haram”.¹⁵

Tabel 1.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional¹⁶

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan
2	Return yang dibayar atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam	Perjanjian merupakan hukum positif
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan, akan tetapi juga falah ori-onted, yaitu yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, BAPEPAM, Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Dewan Pengawas terdiri dari BI, BAPEPAM dan komisaris.
7	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber: Buku Perbankan Syariah, 2005

B. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Menabung

¹⁵ Rahmawati Muin, *Lembaga keuangan Syariah Bank dan Non Bank* (Makassar: 2014), h. 52.

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Gorup, 2005), h. 38.

1. Religi

Religiuitas adalah salah satu komponen bahasan dalam komponen psikologi, khususnya psikologi agama. Memang sangat sulit mengembangkan disiplin ilmu ini, karena ada beberapa rintangan dan kekurangan serta keterbatasan dalam mempelajari sikap religious seseorang, diantaranya agama itu sendiri susah di empiriskan, melanggar norma agama dan kepercayaan adalah hal yang bersifat abstrak.

Sudah diakui secara umum oleh para pengkaji bahwa semua masyarakat yang dikenal di dunia ini, sampai batas tertentu, bersifat religius. Pengakuan ini tentunya merupakan “kesepakatan mengenai apa sajakah yang membentuk perilaku keagamaan, namun dalam kenyataannya kesepakatan dalam hal ini lebih sulit bisa diperoleh.”¹⁷

Diskursus keagamaan kontemporer, dijelaskan bahwa agama ternyata bukan orang dahulu memahaminya, yakni hanya semata-mata terkait dengan persoalan ketuhanan atau keimanan saja. Keberagaman (religiusitas) diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi apresiasi terhadap ajaran agama. Tersebut juga telah diaplikasikan dalam kegiatan duniawi atau kemasyarakatan termasuk perbankan.

Keagamaan atau religi adalah keyakinan manusia yang tinggi terhadap ajaran agamanya, sehingga menimbulkan kesadaran dalam dirinya untuk tunduk dan patuh sepenuhnya dalam melaksanakan ajaran agamanya.

¹⁷ Betty R. Schraf, *Sosilogi Agama* (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 25

Dalam kaitan itu, umat Islam yang tingkat agamanya tinggi akan tunduk dan patuh terhadap Fatwa Majelis Ulama (MUI) bahwa system bunga yang diterapkan di perbankan konvensional adalah riba dan hukumnya haram, karena terjadi kesamaan *illat* (sebab) pada nilai hukum bunga dan riba.¹⁸

Keharaman riba jelas tidak diragukan lagi, karena hal itu sudah ditegaskan oleh Allah SWT dalam firman-Nya ayat tentang keharaman riba bisa dilihat dalam QS. Al-Imran/3: 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan riba, dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.¹⁹

Praktek perbankan konvensional, system pengambilan keuntungannya berdasarkan pada bunga, sedangkan praktek perbankan syariah system yang digunakan adalah bagi hasil, karena praktek bunga dianggap sama adengan riba dan hukumnya haram sama dengan yang telah disebutkan diatas.

Menurut Kasmir bunga pada bank konvensional dapat diartikan sebagai suatu balas jasa yang akan diberikan oleh bank ,kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Selain itu, bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank atau sebaliknya.²⁰

¹⁸ Safaruddin Munthe, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota, *Tesis*, Jurusan Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri Umatara Utara, 2014, h. 59.

¹⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahan* (Surabaya: Fajar Mulya, 2011), h. 66.

²⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 133.

Kualitas penerapan nilai-nilai Islam di Bank Syariah saat ini dapat dinilai masih belum sempurna. Kendala terbesar bank syariah untuk mengatasi masalah tersebut yang harus segera dicari solusinya adalah kendala dibidang Sumber Daya Manusia. Pengembangan Sumber daya Manusia dibidang perbankan syariah sangat diperlukan karena “keberhasilan pengembangan bank syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta keterampilan pengelola bank.”²¹

2. Pelayanan

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan membrikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

Semakin ketatnya persaingan antarabank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa bank yang umum diberikan oleh bank syariah menggunkan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

3. Pendapatan

²¹ M. Rizka Chammi, *Studi Islam Kontemporer* (Jakarta: Pustaka Rizki Putra, 2012), h. 135.

Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan oleh seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan:

Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau factor-faktor produksi yang telah disumbangkan.²²

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelumnya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah “kualitas yang kurang baik, tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.”²³

4. Pengetahuan Masyarakat

Pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya, yang berbeda sekali dengan kepercayaan, takhayul, dengan penerangan-penerangan yang keliru. Misalnya, adanya anggapan (dahulu kala) tentang ras kulit putih yang mempunyai tingkat kepandaian ras-ras dengan warna kulit lain. Kepercayaan-kepercayaan tersebut, yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya menimbulkan ketidakpastian, sedangkan pengetahuan bertujuan

²² Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2004), h. 79.

²³ Soekartawi, *factor factor Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 132.

untuk mendapatkan kepastian serta menghilangkan prasangka sebagai akibat ketidakpastian tersebut di atas.

Menurut Esti Ismawati masyarakat adalah kesatuan sosial yang mempunyai ikatan-ikatan kasih sayang yang erat . individu di dalam masyarakat merupakan kesatuan yang saling bergaul, saling berinteraksi sehingga membentuk kehidupan yang mempunyai jiwa sebagaimana terungkap dalam ungkapan-ungkapan jiwa rakyat, kehendak rakyat, kesadaran masyarakat, dan seterusnya. Jiwa masyarakat ini “merupakan potensi yang berasal dari unsur-unsur masyarakat, meliputi pranata, status, dan peranan sosial.”²⁴

Masyarakat adalah “sekelompok orang yang mempunyai kepentingan aktual/potensial atau mempunyai dampak terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya”.²⁵

5. Lokasi

Lokasi (Tempat) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi”.²⁶

6. Promosi

²⁴Esti Ismawati., *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2012), h. 49

²⁵ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: :PT rajagrafindo Persada, 2016), h. 86

²⁶ Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, (Makassar: 2009),h. 24

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut *promotion mix*. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.²⁷

Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting yang dapat dipakai untuk membangun suatu program penjualan efektif, antara lain:

1. Iklan (Advesiting)
2. Kewiraniagaan (Personal Selling)
3. Promosi Konsumen (Hadiah, perlombaan, penawaran, komunikasi)
4. Metode yang bertujuan merangsang iklan dan promosi dealer
5. Promosi penjualan (sales promotion)
6. Publisitas, dll.²⁸

C. Teori Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi (*Promotion*) merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari ptoduknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran (*target consumers*) agar membelinya. Termasuk

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265.

²⁸ Deliyanti Oentoro , *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 176.

dalam kegiatan promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, puvlisitas dan promosi masyarakat.²⁹

Berdasarkan arus saluran pemasaran melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu atau tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari yang akan menggunakannya. Salah satu anggota dalam saluran pemasaran adalah promosi. “Promosi adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasive mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan”.³⁰

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Perusahaan dewasa ini menganggap bahwa promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan

²⁹ Lihat, Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, h. 24.

³⁰ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* , h.208.

dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil penjualan dan keuntungan yang maksimal.

2. Bauran Promosi

Bauran promosi (*promotion mix*) juga disebut bauran komunikasi pemasaran perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.³¹ Empat sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

- a. Periklanan (*advertising*)
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- c. Publisitas (*publicity*)
- d. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)³²

Periklanan (Advertising)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

1. Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis;
2. Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan;
3. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis;
4. Pemasangan melalui koran;
5. Pemasangan melalui majalah;

³¹ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, h. 116.

³² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h. 246.

6. Pemasangan melalui televisi;
7. Pemasangan melalui radio;
8. Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- b. Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- c. Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
- d. Memengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.

Pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan di suatu media antara lain:

1. Jangkauan media yang akan digunakan;
2. Sasaran konsumen yang akan dituju;
3. Tujuan iklan tersebut;
4. Biaya yang akan dikeluarkan.

Promosi Penjualan

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang di tawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a. Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar);
- b. Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu;
- c. Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal;
- d. Dan promosi penjualan lainnya.

Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

Penjualan Pribadi (*Personel Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh *customer service* atau *service assistensi*.

D. Teori Pengetahuan Masyarakat

1. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan berarti segala sesuatu yg diketahui; kepandaian; atau segala sesuatu yg diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Adapun pengetahuan menurut beberapa ahli adalah:

- a. Menurut Pudjawidjana, pengetahuan adalah reaksi dari manusia atas rangsangannya oleh alam sekitar melalui persentuhan melalui objek dengan indera dan pengetahuan merupakan hasil yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan sebuah objek tertentu.
- b. Menurut Ngatimin, pengetahuan adalah sebagai ingatan atas bahan-bahan yang telah dipelajari dan mungkin ini menyangkut tentang mengikat kembali sekumpulan bahan yang luas dari hal-hal yang terperinci oleh teori, tetapi apa yang diberikan menggunakan ingatan akan keterangan yang sesuai.
- c. Menurut Notoatmodjo, pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu dan ini setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan

terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagaimana besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Dari beberapa pengertian pengetahuan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui yang diperoleh dari persentuhan panca indera terhadap objek tertentu. Pengetahuan pada dasarnya merupakan hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan, dan berfikir yang menjadi dasar manusia dan bersikap dan bertindak. Partanto Pius dalam kamus bahasa Indonesia “pengetahuan dikaitkan dengan segala sesuatu yang diketahui berkaitan dengan proses belajar”.³³

Kata *pengetahuan* (dalam bahasa Inggris *knowledge*) adalah kata benda yang berasal dari kata kerja tahu yang juga bermakna mengetahui. Secara etimologi pengetahuan bisa bermakna sama dengan ilmu. Sedangkan secara terminologi ilmu adalah “pengetahuan tentang suatu bidang yang disusun secara sistematis menurut metode tertentu yang dapat digunakan untuk menerangkan gejala tertentu di bidang pengetahuan itu.”³⁴

Sedangkan masyarakat adalah “manusia yang hidup bersama dalam waktu yang cukup lama dan mereka adalah suatu kesatuan.”³⁵

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah, serta pengetahuan

³³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Ed: III. Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h.811

³⁴ Novan Ardy Wiyani & Bernawi, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h. 15

³⁵ Esti Ismawati, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2012), h. 50.

lainnya yang terkait dengan Bank Syariah. Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan bank syariah. Sosialisasi ini harus melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan Bank Syariah kepada masyarakat.

2. Pengetahuan tentang Bank Syariah

Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah, maka perlu dijelaskan prinsip Bank syariah, Pengelolaan Bank, Prinsip Bagi Hasil dan Akad-akad bank syariah. Karena nantinya pertanyaan pada kuisioner yang akan disebar akan menanyakan mengenai hal ini.

a. Prinsip Operasional Bank Syariah

Prinsip yang dijalankan dalam melaksanakan operasional bank syariah adalah:

1. Prinsip Keadilan
2. Prinsip Kesederajatan
3. nasabah pengguna dana, maupun pihak bank
4. Prinsip Ketenteraman³⁶

Prinsip Keadilan, tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.

Prinsip Kesederajatan, bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan

³⁶ Nur Jannah, Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Banks Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah, *Skripsi*, Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014, h. 42.

sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpan dana,

Prinsip Ketenteraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain : tidak ada unsur riba dan menerapkan zakat harta. Dengan demikian nasabah merasakan ketenteraman lahir dan batin.

b. Pengelolaan Bank Syariah

Bank syariah pada hakekatnya dikelola berdasarkan konsep berikut ini:³⁷

1. Islam memandang harta sebagai titipan atau amanah Allah SWT sehingga cara memperoleh, mengelola, dan memanfaatkannya harus sesuai dengan ajaran Islam
2. Bank syariah mendorong nasabah untuk mengelola hartanya sesuai ajaran Islam
3. Bank syariah menempatkan akhlaqul karimah baik nasabah maupun pengelola bank sebagai sikap yang mendasari hubungan antara nasabah dan bank
4. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat didasarkan prinsip keadilan, prinsip kesederajatan, dan prinsip ketenteraman antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabah atas jalannya usaha bank syariah.

³⁷ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), h. 106

c. Prinsip-prinsip Dasar Perbankan Syariah

1. Bagi Hasil

- a. Al-Musyarakah
- b. Al-Mudharabah
- c. Al-Muzara'ah
- d. Al-Musaqah.³⁸

Al-Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau mal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Al-Mudharabah, adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Secara umum mudharabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu: Mudharabah Muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara shahibul mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas yang tidak dibatasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Sedangkan mudharabah muqayyadah adalah kebalikan dari muthlaqah yaitu dibatasi tempat, waktu dan daerah bisnis.

Al-Muzara'ah, adalah kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada sipenggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (persentase) dari hasil panen.

Al-Musaqah, adalah bentuk yang sederhana dari muzara'ah dimana sipenggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan.

³⁸ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, h. 90

2. Jual Beli

- a. Murabahah
- b. Salam
- c. Istisna'.³⁹

Murabahah adalah jual beli dimana sipenjual mengambil keuntungan dari barang yang dijualnya, sementara sipembeli mengetahui harga awal dari barang tersebut.

Salam adalah jual beli dengan sistem pesanan, dengan pembayaran dimuka, sementara barang diserahkan dikemudian.

Istisna' adalah akad untuk membeli barang yang akan dibuat oleh seseorang, barang yang menjadi objeknya adalah barang yang menjadi buatan atau hasil karya.

3. Prinsip Titipan atau simpanan (Wadi'ah) adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Wadi'ah dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: wadi'ah yad al-amanah adalah titipan yang tidak boleh digunakan dan dimanfaatkan baik itu barang maupun uang tetapi harus benar-benar menjaganya sesuai kelaziman, sedangkan wadi'ah yad-adh-dhamanah adalah titipan yang boleh digunakan dan dimanfaatkan sehingga pihak bank dan pemberi titipan mendapatkan bagi hasil dari pengguna titipan.⁴⁰

³⁹ Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, h. 68

⁴⁰ Lihat, Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah* (Beirut: Darul Kitab Al-faribi, 1987), cetakan ke-8, h. 3

4. Prinsip Sewa

- a. Ijarah, adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.
- b. Ijarah Muthahia bit-tamlik, adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa. Sifat pemindahan kepemilikan ini pula yang membedakan dengan ijarah biasa.⁴¹

5. Jasa Perbankan

Bank Syariah dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa komisi. jasa perbankan tersebut antara lain:⁴²

a. Wakalah (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukaan L/C, inkaso dan transfer uang.

b. Kafalah (Garansi Bank)

Kafalah merupakan pemberian jaminan dari satu pihak kepada pihak lain atau garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk mendapatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn.

⁴¹ Muhammad Rawas Qal'aji, *Mu'jam Lughat al fuqaha* (Beirut: Darun Nafs, 1985); Ahmad asy-syarbasri, *al-mu'jam al-iqtisad al-Islami* (Beirut Dar Alamil-Kutub, 1987); dan Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah* (Beirut: Darul Kitab Al-faribi, 1987), cetakan ke-8, h. 183

⁴² Ahmad Dahlan, *bank syariah Teoritik , Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), h.

c. Hiwalah (Alih Utang Piutang)

Penyerahan suatu barang/harta dari satu pihak kepada pihak lain sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang bagi pihak yang menyerahkan barang/harta tersebut.

d. Rahn (Gadai)

Penyerahan suatu barang atau harta dari satu pihak kepada pihak lain sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang bagi pihak yang menyerahkan barang atau harta tersebut.

d. Akad-akad Bank Syariah

Akad merupakan kontrak atau perjanjian yang dibuat dua belah pihak yang saling mengikat diantara keduanya untuk bersepakat tentang suatu hal. Syarat dan ketentuan harus dijelaskan secara terperinci oleh kedua belah pihak. Jika ada pelanggaran kontrak maka pihak yang melanggar akan dikenakan sanksi sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak tersebut. Akad inilah yang nantinya banyak digunakan , ada dua bentuk akad:

1. Akad Tabarru
2. Akad Tijarah.⁴³

Akad tabarru, yaitu semua bentuk kontrak atau akad yang dilakukan dengan tujuan kebaikan dan tolong menolong dan bukan semata untuk tujuan mencari keuntungan.

Akad tijarah, yaitu akad yang bertujuan komersial yang mencari keruntungan.

⁴³ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011),h.363

E. Teori Minat Menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Menurut Poerwadaminta, minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dari dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan “suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki”.⁴⁴

Sedangkan menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak di inginkan. Dalam Al-quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung

⁴⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 141.

telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.⁴⁵ Sebagaimana firmanNya dalam QS. An-Nisa/4 : 9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Terjemahnya:

Dan, hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.⁴⁶

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat, antara lain:⁴⁷

a. Dorongan dari dalam individu

Misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

b. Motif Sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

c. Faktor Emosional

⁴⁵ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah* ,h.153.

⁴⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahan* (Surabaya: Fajar Mulya, 2011), h. 78.

⁴⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar* (Dalam Perspektif Islam), Jakarta: Kencana, 2004, h. 264.

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

3. Proses Keputusan Pembelian

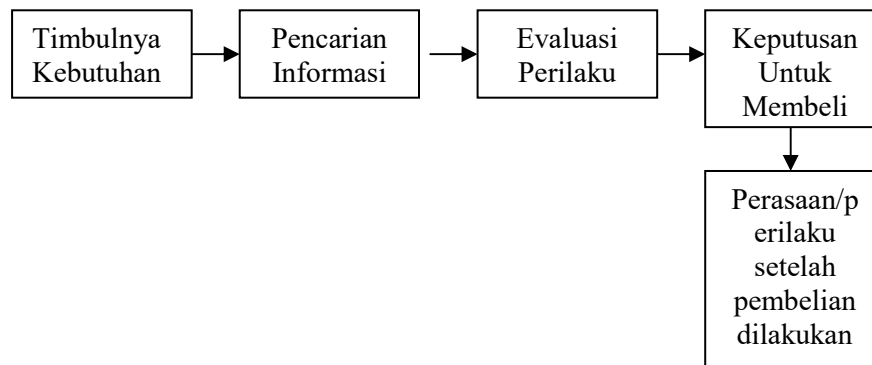
Proses pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen. Jika konsumen merasa puas maka ada peluang untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain pada perusahaan yang sama, dan cenderung merekomendasikan kepada orang lain.

Pembeli yang puas merupakan iklan terbaik bagi produk, sedangkan konsumen yang kecewa akan bereaksi dengan tindakan-tindakan negatif, seperti mendiamkan saja, melakukan komplain bukan ke perusahaan, tetapi ke media massa bahkan merekomendasikan negatif kepada orang lain.⁴⁸

Philip Kotler menyatakan bahwa ada lima tahap yang terdapat dalam proses pembelian, seperti pada gambar dibawah:

Gambar 1.1.

⁴⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghaia Indonesia, 2010), h. 66.



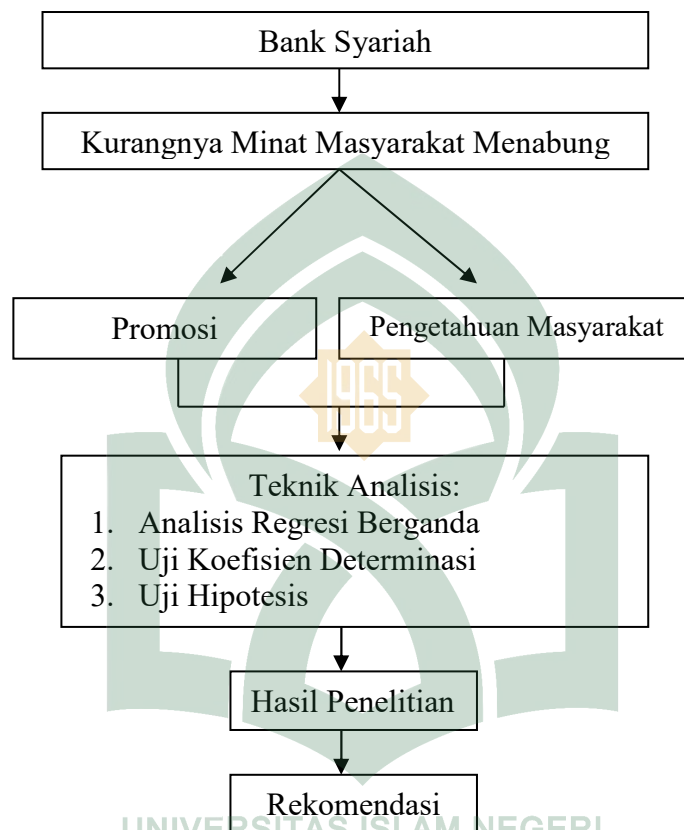
Timbulnya kebutuhan merupakan proses pertama terjadinya permintaan, karena adanya keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan memahami kebutuhan mana yang harus segera dipenuhinya dan kebutuhan mana yang dapat ditunda pemenuhannya. Dari tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan. Kemudian konsumen berusaha memperoleh informasi yang dapat bersumber dari seseorang (keluarga, teman atau tetangga), komersial (iklan, pramuniaga, agen, kemasan atau peragaan), media umum (surat kabar, radio, lembaga konsumen), dan pengalaman (telah mencoba dan menggunakan produk tersebut). Pertimbangan sebelum pembelian dilakukan berkaitan dengan pertimbangan untuk membeli atau tidak membeli, serta pertimbangan berapa banyak dan dari mana akan dibeli, mungkin memperhatikan pula lamanya waktu dan jumlah dana yang tersedia untuk membeli, hal tersebut tergantung pada “kepribadian pembeli dan sifat produk yang bersangkutan”.⁴⁹

F. Kerangka Berfikir

⁴⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 142.

Kerangka berfikir merupakan “model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.⁵⁰

Gambar 2.1.

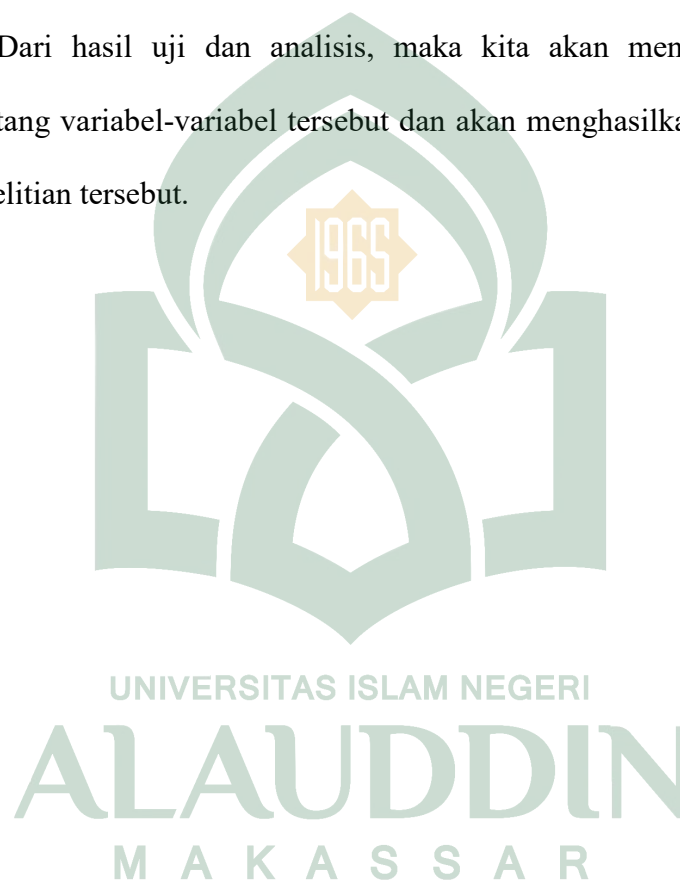


Keterangan :

Gambar 2.1 menjelaskan mengenai kerangka fikir peneliti, yang membahas tentang permasalahan seputar Bank Syariah, penelitian ini memfokuskan pada masalah minat masyarakat menabung di bank syariah yang masih kurang, kemudian peneliti mencoba untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi hal hal tersebut, dan ada beberapa variabel yang menjadi faktor

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Cet III: Bandung : Alfabeta, 2012) h. 272.

penyebab kurangnya minat masyarakat menabung tetapi yang difokuskan pada penelitian ini yaitu ada dua variabel, termasuk Promosi (X1) dan Pengetahuan masyarakat (X2). Kemudian kedua variabel tersebut akan dianalisis untuk mengetahui bagaimana serta seberapa besar pengaruhnya terhadap kurangnya minat masyarakat menabung dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda dan beberapa uji statistik seperti uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Dari hasil uji dan analisis, maka kita akan mendapatkan hasil penelitian tentang variabel-variabel tersebut dan akan menghasilkan rekomendasi dari hasil penelitian tersebut.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Metode dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel sebelumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”⁵¹

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Wonomulyo pada BNI syariah wonomulyo yang beralamat di Jl.Poros Majene, Sidodadi Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar. penelitian akan dilakukan selama - ±6 bulan karena untuk mendapatkan data-data yang riil dan dapat dipercaya.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 13.

B. Pendekatan Penelitian

penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut sugiyono adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.⁵²

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah “data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.”⁵³

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Untuk mengetahui populasi dalam penyusunan skripsi ini maka terlebih dahulu penulis mengemukakan pengertian populasi. “Suharsimi Arianoto berpendapat bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian”.⁵⁴

Populasi juga berarti “objek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan mengumpulkan data”.⁵⁵

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 29.

⁵³ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 1.

⁵⁴ Suharsimi Arianoto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Rineka Cipta 2002), hal. 108.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: “objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”⁵⁶

Jadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Wonomulyo yang menabung di BNI Syariah dengan jumlah 172 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵⁷

Berdasarkan pernyataan yang telah dijelaskan, agar peneliti mendapatkan populasi yang representatif maka teknik yang akan digunakan untuk menentukan sampel adalah teknik *Nonprobability sampling* berupa *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵⁸

⁵⁵ P.Joko Subagyo, Materi Penelitian dalam Teori dan Peraktek, cet 1 (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1991), hal. 23.

⁵⁶ Sugiyono, Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D , hal. 117.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, hal. 126

⁵⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 78.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*.⁵⁹

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = *margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi (10%)

$$n = \frac{172}{2,72}$$

= 63 orang.

Hasil perhitungan diatas di peroleh sampel sebanyak 63 orang kemudian akan dilakukan penarikan jumlah sampel dengan menggunakan teknik *Nonprobability sampling* berupa *Sampling Insidental*.

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

⁵⁹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: Rajawali Pers 2014), hal. 78.

untuk dijawabnya⁶⁰. Angket digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung pada BNI syariah.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner maka skala pengukurannya menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶¹ Adapun alternatif pilihannya dari angka 1 sampai 5 dengan bobot score, yaitu:

- 5 = sangat setuju (SS)
- 4 = setuju (S)
- 3 = ragu-ragu (N)
- 2 = tidak setuju (TS)
- 1 = sangat tidak setuju (STS)

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Peneliti menyelidiki peraturan-peraturan, dokumen, catatan harian dan sebagainya⁶².

3. Interview/ Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus

⁶⁰ Sugiyono, Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D , hal. 199

⁶¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), hal. 136.

⁶² Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta , 2002), hal. 147

diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan juga respondennya sedikit/kecil.⁶³

4. Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁶⁴

E. Instrument penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.⁶⁵

Pengumpulan data dalam suatu penelitian membutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang akurat dalam suatu penelitian. Maka dalam penelitian ini, akan digunakan beberapa instrumen, berupa catatan, Kusioner/angket, pedoman wawancara dan alat perekam. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi lima kriteria, yaitu : validitas, reabilitas, sensitivitas, objektivitas, dan fasibilitas. Maka penulis hanya memilih dua instrumen untuk menguji kevalidan suatu data.

⁶³ Sugiyono, Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, hal. 194

⁶⁴ Sugiyono, Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D , hal 203

⁶⁵ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, h. 162.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud kelayakan. Suatu kelayakan pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁶⁶

Untuk menguji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = validitas instrument

N = jumlah instrument

X = skor rata-rata dari X

Y = skor rata-rata dari Y

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis &*

⁶⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, h. 172.

SPSS. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* > 0,60.⁶⁷

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_1 = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^2b$ = jumlah varian butir

at^2 = varian total

F. Teknik Analisis Data

Analisa yang dimaksudkan untuk mengkaji dalam kaitannya dengan pengujian hipotesis penelitian yang telah penulis rumuskan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan⁶⁸. Untuk menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

⁶⁷ Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, h. 72.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 209.

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kurangnya minat menabung

b_0 : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari X_1

b_2 : Koefisien regresi dari X_2

X_1 : Promosi

X_2 : Pengetahuan Masyarakat

e : Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0, tujuan perhitungan e diasumsikan nol

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian.⁶⁹

⁶⁹ Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif, h.179.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Jika distribusi data adalah normal maka nilai signifikansi pada hasil pengujian akan menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapatnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud dari korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa dari nilai variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik itu variabel sebelumnya atau nilai periode sebelumnya. Beberapa uji statistik yang sering digunakan yaitu pengujian menggunakan Run Test.

d. Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji f.⁷⁰

a. Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

$H_a : \beta \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Kriteria uji yang digunakan adalah jika *t-test* lebih besar dari nilai *t-table* ($t\text{-test} > t\text{-table}$ misalnya pada tingkat signifikansi *Level Of Significancy*) 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (*rejected*) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai *t-test* lebih kecil dari nilai *t-table* ($t\text{-test} < t\text{-table}$) misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari semua variabel independen terhadap dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen di dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yang digunakan perumusan hipotesis pada Uji-F adalah:

⁷⁰ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 93.

$H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

$H_a : \beta \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Kriteria ujian adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ misalnya pada tingkat signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (*rejected*), artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ misalnya pada tingkat signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak ditolak (*not rejected*), artinya variabel independen secara- bersama-samatidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Data Umum

a. Sejarah Berdirinya BNI Syariah

Sejak awal didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, sebagai bank pertama yang secara resmi dimiliki Negara RI, BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI terus memperluas perannya, tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum dengan berbagai segmentasinya, mulai dari Bankl Terapung, Bank Sarinah (Bank khusus perempuan) sampai dengan bank bocah khusus anak-anak. Seiring dengan pertambahan usianya yang memasuki 67 tahun, BNI tetap kokoh berdiri dan siap bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan semangat “Tak Henti Berkarya” BNI akan terus berinovasi dan berkreasi, tidak hanya terbatas pada penciptaan produk dan layanan perbankan, bahkan lebih dari itu, BNI bertekad untuk menciptakan “value” pada setiap karyanya.

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia dikenal

sebagai “BNI 46” dan ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988.⁷¹

Dari tahun ke tahun BNI selalu menunjukkan kekuatannya dalam industri perbankan dan kepercayaan masyarakat pun terbangun dalam memilih Bank Negara Indonesia sebagai pilihan tempat penyimpanan segala alat kekayaan yang terpercaya. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun mulai bermunculan yang pada akhirnya BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, diawali dengan pembentukan tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah sebagai berikut:

1. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota potensial, yakni: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.
2. Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang Syariah yang di fokuskan ke kota-kota besar di Indonesia, yakni: Jakarta (2 cabang), Bandung, Makassar, dan Padang.

⁷¹Lihat, <http://www.bni.co.id/tentangkami/sejarah.aspx>

3. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.
4. Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah dari Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara BNI Syariah membuka kantor cabang pembantu Syariah Jepara.
5. Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI syariah prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Dari awal beroperasi hingga kini, BNI Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, disamping itu “komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.”⁷²

Seiring dengan perkembangan tersebut maka BNI Syariah juga telah membuka cabang di Sulawesi Barat yang bernama BNI Syariah Wonomulyo yang aktif bulan April tahun 2014. Dengan perkembangan tersebut BNI Syariah selalu mengoptimalkan jasa pelayanannya terutama pengenalan BNI syariah di daerah-daerah terpencil, sehingga dengan hal tersebut BNI Syariah akan semakin dikenal oleh masyarakat umum.

⁷² <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>

b. VISI dan MISI BNI Syariah

1. VISI

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2. MISI

- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah

c. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah susunan pembagian kerja dalam sebuah lembaga atau kantor yang dapat dikoordinasikan oleh beberapa pihak tertentu yang memiliki tugas dan wewenang tertentu, tujuannya agar lebih mudah mengetahui kejelasan tanggung jawab dan kedudukan masing-masing pihak yang berperan penting dalam sebuah lembaga seperti pada kantor BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo.

Gambar 3.1



d. Produk BNI Syariah

1. Produk Pembiayaan Mikro

Pembiayaan yang dapat digunakan untuk tujuan modal kerja, investasi dan pemenuhan kebutuhan lainnya.

a) Mikro 2 iB Hasanah

Memberikan solusi keperluan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja, investasi dan konsumtif dengan plafond pembiayaan Rp.5 Juta s/d Rp.50 juta.

b) Mikro 3 iB Hasanah

Memberikan solusi keperluan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja, investasi dan konsumtif dengan plafond pembiayaan > Rp.50 Juta s/d Rp.500 juta.

Tujuan Pembiayaan

- Mendukung berbagai keperluan pembiayaan semua jenis usaha dengan memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi.
- Mendukung pemenuhan kebutuhan lainnya seperti pembiayaan perbaikan rumah, pembelian kendaraan dan sebagainya yang tidak melanggar prinsip syariah dan ketentuan pemerintah yang berlaku.

Jenis Agunan

- Tanah dan bangunan
- Kendaraan bermotor
- Deposito
- Kios, los, lapak, dasaran atau lainnya yang sejenis

Syarat dan Ketentuan

- Foto copy KTP suami/istri
- Foto copy KK
- Foto copy surat nikah
- Agunan
- Foto copy NPWP

2. BNI Griya iB Hasanah

Memberikan pembiayaan pemilikan rumah, ruko, kavling siap bangun (KSB), pembangunan dan renovasi rumah.

a) Persyaratan

- Pemohon minimal berusia 21 tahun, dan saat pembiayaan lunas berusia maksimum 60 tahun (usia pension)
- Karyawan/professional/pengusaha(wiraswasta)
- Mempunyai penghasilan tetap dan mampu mengangsur
- Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian bank

b) Keunggulan

- Rasa tenteram dan tenang karena dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi
- Angsuran tetap sampai dengan lunas
- Proses persetujuan pembiayaan mudah dan relatif cepat
- Uang muka ringan
- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun atau 20 tahun (untuk nasabah fixed income)

- Pembiayaan angsuran melalui debet rekening secara otomatis
- Tarif bersaing

3. BNI Fleksi Umrah iB Hasanah

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan pembelian manfaat jasa paket perjalanan ibadah umrah bekerjasama dengan biro perjalanan umrah.

a) Keunggulan

- Dapat membiayai perjalanan ibadah umrah orang tua/mertua, suami/istri dan anak-anak dengan total pembiayaan sampai dengan Rp. 200 juta.
- Jangka waktu pembiayaan s/d 3 tahun atau 5 tahun untuk nasabah Payroll BNI/BNI Syariah.
- Angsuran pembiayaan tetap s/d lunas
- Proses mudah

b) Persyaratan Umum

- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Usia minimal 21 tahun
- Pembiayaan lunas sebelum pension
- Memiliki penghasilan tetap dengan repayment capacity sesuai ketentuan

c) Persyaratan Dokumen, Uang Muka dan Agunan

- Foto copy KTP suami/istri
- Foto copy KK
- Foto copy surat nikah
- Foto copy NPWP
- Slip gaji

- Legalitas usaha/profesi
- Rekening simpanan 3 bulan
- Uang muka (0%, 15% dan 30%)
- Agunan

4. Pembiayaan Emas iB Hasanah

Salah satu manfaat emas adalah sebagai lindung nilai harta anda. Pembiayaan emas iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin setiap bulannya.

a) Keunggulan

- Objek pembiayaan berupa logam mulia
- Angsuran tetap setiap bulannya selama masa pembiayaan sampai dengan lunas
- Margin kompetitif
- Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis
- Jangka waktu pembiayaan minimal 2 tahun maksimal 5 tahun
- Maksimum pembiayaan sampai dengan Rp. 150.000.000,-

b) Persyaratan

- Berstatus sebagai pegawai aktif/professional/pengusaha
- Pemohon minimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum: 55 tahun untuk pegawai (usia pension) dan 60 tahun untuk kalangan professional dan pengusaha.
- Mempunyai penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur

- Mengajukan permohonan melalui pengisian formulir permohonan pembiayaan konsumtif serta wawancara langsung.

c) Dokumen yang dibutuhkan

- Formulir permohonan pembiayaan
- Fotocopy KTP
- Fotocopy NPWP (untuk permohonan Rp.50.000.000,- keatas)
- Fotocopy kartu identitas pegawai (untuk pegawai)

5. BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan anak cerdas dengan banyak keuntungan dan bebas biaya bulanan tanpa syarat.

a) Keunggulan

- Menabung melalui Cash Deposit Machine (CDM) sehingga bebas antri di teller
- Mengambil uang langsung dari mesin ATM maksimal Rp. 500.000,- per hari
- Menggunakan kartu ATM untuk membeli barang yang teman-teman inginkan, maksimal Rp. 500.000,-
- Membeli pulsa isi ulang ponsel dan membantu Ayah/Bunda membayarkan tagihan listrik atau telepon

b) Persyaratan

- KTP Ayah/Bunda
- Akte kelahiran/kartu pelajar
- Setoran awal Rp. 100.000,-

6. e-Banking

- SMS Banking
- Internet Banking
- Mobile Banking
- ATM

7. BNI Prima iB Hasanah

Tabungan bagi nasabah “*High Networth*” dengan bagi hasil kompetitif dan manfaat berupa fasilitas executive lounge bandara yang telah bekerja sama dengan BNI Syariah. BNI Prima iB hasanah dilengkapi dengan Zamrud Card.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Kartu identitas asli (KTP/Paspor)
- Setoran awal Rp. 25 juta dan memiliki dana di BNI Syuariah minimal Rp. 250 juta.

b) Keunggulan

- Zamrud card dengan limit transaksi tarik tunai hingga Rp.10 Juta/hari, transfer hingga Rp.100 Juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25 Juta/hari (ke non BNIS/BNI)
- *Executive Lounge* di Bandara yang bekerjasama dengan BNI Syariah
- Perlindungan asuransi jiwa
- Fasilitas *Auto Debet* untuk pembayaran tagihan tertentu
- Fasilitas e-Banking
- Mutasi transaksi di buku tabungan lebih detail

- Layanan antrian prioritas di kantor-kantor cabang BNI Syariah dengan menunjukkan Zamrud Card.

8. BNI SimPel iB Hasanah

Produk simpanan untuk siswa/pelajar dengan fitur yang menarik dan persyaratan yang sangat mudah sehingga mendorong budaya menabung sejak dini. BNI SimPel iB Hasanah dilengkapi dengan kartu ATM SimPel iB.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Memiliki kerjasama antara pihak bank dan sekolah
- Setoran awal minimal Rp.1.000,-
- Fotocopy KTP orang tua atau wali/kartu keluarga (bila tidak tinggal serumah dengan orang tua atau wali)/kartu pelajar/akte kelahiran.

b) Keunggulan

- Buku tabungan atas nama anak
- Dapat menerima dana secara otomatis (*Auto Credit*) dari orang tua atau wali
- Kartu ATM dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC BNI
- Bebas biaya administrasi bulanan

9. BNI Tapenas iB Hasanah

Tabungan perencanaan dengan system setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya.

a) Persyaratan

- Usia minimal 70 tahun, maksimal 55 tahun
- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Kartu identitas asli
- Setoran awal minimal Rp.100.000,-
- Memiliki rekening tabungan BNI iB Hasanah, BNI Bisnis iB Hasanah, BNI Prima iB Hasanah sebagai rekening afiliasi.
- Melakukan setoran bulanan minimal Rp.100.000,- s/d Rp.5.000.000,- yang akan di debet setiap tanggal 5
- Rekening akan otomatis ditutup dan saldo dana akan dicairkan ke rekening afiliasi setelah dikurangi biaya administrasi, apabila 3 bulan berturut-turut mengalami gagal *Auto credit*

b) Keunggulan

- Tersedia pilihan jangka waktu minimal 1 tahun s/d maksimal 18 tahun
- Bagi hasil lebih tinggi
- *Auto credit* untuk setoran bulanan dari rekening BNI iB Hasanah/BNI Bisnis iB Hasanah/BNI Prima iB Hasanah
- Manfaat perlindungan asuransi jiwa hingga Rp.1 Milyar
- Manfaat asuransi kesehatan Rp.1.000.000,-/hari/orang
- Biaya administrasi bulanan ringan, hanya Rp.500,-/bulan
- Tersedia perlindungan asuransi jiwa plus asuransi kesehatan tambahan (premi 5%,10% atau 20% dan setoran bulanan)

10. BNI Baitullah iB Hasanah

Tabungan Haji dan Umrah yang dikelola secara syariah sebagai sarana pembayaran haji untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan perencanaan ibadah umrah dalam mata uang Rupiah dan USD. BNI Baitullah iB Hasanah dilengkapi dengan kartu haji dan umrah Indonesia sebagai kartu ATM atau Debit yang dapat digunakan di tanah suci dan tanah air.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Menunjukkan KTP/paspor asli
- Untuk nasabah anak melampirkan akta kelahiran (usia s/d 17 tahun)
- Setoran awal minimal Rp.500.000 USD 50 (Mudharabah/ Rp.100.000 USD 5 wadi'ah)

b) Keunggulan

- Lebih mudah mendapatkan nomor porsi haji karena BNI Syariah merupakan Bank penerima setoran biaya perjalanan ibadah haji dan terkoneksi realtime online dengan siskohak (system komputerisasi haji terpadu) kementerian agama.
- Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan
- Bebas biaya penutupan rekening (IDR)
- Asuransi kecelakaan diri khusus untuk rekening mata uang Rupiah
- Fasilitas Auto Kredit untuk setoran bulanan
- Anak-anak dengan usia minimal 12 tahun dapat didaftarkan untuk mendapat nomor porsi haji.

- Souvenir menarik pada saat pelunasan biaya haji regular.

11. BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM debit (tunas card) atas nama anak dan sms notifikasi ke orang tua.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Fotocopy Akte kelahiran/Kartu pelajar anak dan KTP orang tua
- Setoran awal minimal Rp.100.000

b) Keunggulan

- Tunas card dan buku tabungan atas nama anak dengan maksimal transaksi Rp.500.000,-/hari
- Tunas card dengan alternative desain
- Layanan transaksi perbankan secara elektronik
- Layanan sms notifikasi ke orang tua
- Tunas card dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC BNI
- Setoran dapat dilakukan melalui Cash Deposit Machine (CDM)
- Bebas biaya administrasi bulanan dan tarik tunai di seluruh ATM BNI

12. BNI iB Hasanah

Tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi e-banking seperti internet Banking, SMS bankin, Mobile Banking, dan lain-lain. BNI iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk transaksi di seluruh merchant MasterCard diseluruh dunia.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Karti identitas asli (KTP/Paspopr)
- Setoran awal minimal Rp.100.000,-

b) Keunggulan

- Hasanah debit silver dengan limit transaksi tarik tunai Rp.5 Juta/hari, transfer Rp.50 Juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25 Juta/hari (ke non BNIS/BNI)
- Bebas biaya administrasi bulanan untuk akad wadiah
- Fasilitas *Auto Debit* untuk pembayaran tagihan tertentu
- Fasilitas e-banking
- Bebas biaya tarik tunai di seluruh ATM BNI
- Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI *kode Bank BNI Syariah pada ATM menggunakan no. 009.

13. BNI Bisnis iB Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil yang kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi e-Banking. BNI Bisnis iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Gold.

a) Persyaratan

- Formulir aplikasi pembukaan rekening
- Karti identitas asli (KTP/Paspor)
- Setoran awal minimal Rp.5.000.000,-

b) Keunggulan

- Hasanah debit silver dengan limit transaksi tarik tunai Rp.10 Juta/hari, transfer Rp.100 Juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25 Juta/hari (ke non BNIS/BNI)
- Nisbah bagi hasil yang lebih tinggi dari tabungan BNI iB Hasanah
- Mutasi transaksi di buku tabunga lebih detail
- Fasilitas *Auto Debit* untuk pembayaran tagihan tertentu
- Fasilitas e-banking
- Bebas biaya tarik tunai di seluruh ATM BNI
- Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI

2. Data Khusus

Penelitian ini dilaksanakan di BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo yang merupakan salah satu kantor cabang yang berada di Kabupaten Polewali Mandar yang tepatnya beralamat di Jl. Poros Majene, Siodadi Wonomulyo. Objek penelitian yang saya laksanakan selama kurang lebih 3 bulan ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo dengan sampel 63 orang.

3. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian yang saya lakukan adalah beberapa orang yang menjadi nasabah BNI Syariah Wonomulyo. Berdasarkan penelitian yang saaya lakukan terhadap 63 orang Nasabah BNI Syariah maka diperoleh gambaran sebagai berikut:

a. Usia

Tabel 2.1 Tabel Distribusi Usia Responden

No	Usia	Jumlah (n)	Persentase(%)
1	17 Tahun ke Atas	4	6,3%
2	20 Tahun ke Atas	36	57,1%
3	30 Tahun ke Atas	8	12,7%
4	40 Tahun ke Atas	12	19%
5	50 Tahun ke Atas	3	4,8%
		63	100%

(Sumber : Data Primer)

Dari Tabel 2.1 menunjukkan bahwa responden yang berusia 17 tahun keatas berjumlah 4 orang (6,3%), responden yang berusia 20 tahun keatas berjumlah 36 orang (57,1%), responden yang berusia 30 tahun keatas berjumlah 8 orang (12,7%), responden yang berusia 40 tahun keatas berjumlah 12 orang (19%) dan responden yang berusia 50 tahun keatas berjumlah 3 orang (4,8%). Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah yang menabung di BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo sebagian besar berusia 20 tahun ke atas.

b. Jenis Kelamin

Tabel 2.2 Tabel Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	31 orang	49,2%
2	Perempuan	32 orang	50,8%
		63 orang	100%

(Sumber: Data Primer)

Dari table 1.2 diatas menunjukkan bahwa responden laki-laki yang menjadi nasabah berjumlah 31 orang (49,2%) dan responden nasabah perempuan berjumlah 32 orang (50,8%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah

yang menabung di BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo sebagian besar adalah perempuan.

c. Pekerjaan

Tabel 2.3 Tabel Distribusi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	12	19%
2	Pegawai Swasta	5	7,9%
3	Wiraswasta	17	27%
4	Pegawai Negeri	23	36,5%
5	Lain-lain	6	9,5%
		63	100%

(Sumber: Data Primer)

Dari Tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa nasabah dengan jenis pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 12 orang (19%), pegawai swasta berjumlah 5 orang (7,9%), wiraswasta berjumlah 17 orang (27%), Pegawai Negeri 23 orang (36,5%) dan nasabah yang bekerja selain pekerjaan diatas berjumlah 6 orang (9,5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang menabung di BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo adalah dominan nasabah yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri.

B. Analisis Data

1. Deskripsi Data

a. Deskripsi Variabel Promosi

Hasil pengolahan data dari kusioner menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 40 dan nilai terendah sebesar 17. Dengan menggunakan bantuan program SPSS maka hasil yang diperoleh yaitu *Mean* 31, *median* 32, *modus* 34 dengan

standar deviasi sebesar 5,486. Melalui hasil tersebut diatas maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1) Rentang Kelas

$$\begin{aligned} R &= \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} \\ &= 40 - 17 = 23 \end{aligned}$$

2) Jumlah Interval kelas

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 63 \\ &= 6,94 = 7 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

3) Panjang Kelas

$$\begin{aligned} P &= R/K \\ &= 23/7 \\ &= 3,28 = 3,3 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Tabel 3.1 Distribusi Frekuensi Promosi

No	Interval	Fi
1	17,0 – 20,2	4
2	20,3 – 23,5	4
3	23,6 – 26,8	6
4	26,9 – 30,1	9
5	30,2 – 33,4	17
6	33,5 – 36,7	11
7	36,8 – 40,1	12
	Jumlah	63

(Sumber: Data Primer)

Agar dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel promosi maka digunakan rumus perhitungan Mean Ideal (Mi) dan Standar Deviasi Ideal (SDi).

Oleh karena itu dari 8 jumlah pertanyaan yang ada maka diperoleh nilai tertinggi sebesar 40 dan terendah sebesar 17.

$$\begin{aligned} M_i &= 1/2 (X_{\max} + X_{\min}) \\ &= 1/2 (40+17) \\ &= 28,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SD_i &= 1/6 (X_{\max} - X_{\min}) \\ &= 1/6 (40-17) \\ &= 3,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dilakukan pengelompokan untuk masing-masing variable. Menurut Anas Sudijono, pengelompokan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) Kelompok atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata plus standar deviasi ke atas ($>M_i+1SD_i$)

2) Kelompok Sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus 1 standar deviasi dan skor rata-rata plus 1 standar deviasi (M_i-1SD_i sampai dengan M_i+1SD_i)

3) Kelompok Kurang

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata minus 1 standar deviasi ($<M_i-SD_i$)

Pengelompokan kategori untuk variable Promosi sebagai berikut:

Kelompok Atas/Tinggi = $>M_i+1SD_i$

$$= > 28,5 + 1(3,8)$$

$$= > 32,3$$

Kelompok sedang

$$= Mi - 1SDi \text{ sampai dengan } Mi + 1SDi$$

$$= 28,5 - 1(3,8) \text{ sampai dengan } 28,5 + 1(3,8)$$

$$= 24,7 \text{ sampai dengan } 32,3$$

Kelompok Rendah

$$= < Mi - 1SDi$$

$$= < 28,5 - 1(3,8)$$

$$= < 24,7$$

Berdasarkan Kategori diatas maka dapat dibuatkan distribusi frekuensi variabel promosi sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kategori Pengaruh Promosi

No	Interval skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>32,3	24	38%	Tinggi
2	24,7 - 32,3	26	41%	Cukup
3	<24,7	13	21%	Rendah
	Jumlah	63	100%	

(Sumber: Data Primer)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi variabel Promosi dalam kategori tinggi sebanyak 24 orang (38%), cukup sebanyak 26 orang (83%), dan rendah sebanyak 13 orang (21%). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan pengaruh variabel promosi terhadap minat menjadi nasabah dikatakan cukup.

b. Deskripsi Variabel Pengetahuan Masyarakat

Hasil pengolahan data dari kusioner menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 40 dan nilai terendah sebesar 16. Dengan menggunakan bantuan program

SPSS maka hasil yang diperoleh yaitu Mean 29, median 29, modus 35 dengan standar deviasi sebesar 5,530. Melalui hasil tersebut diatas maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1) Rentang Kelas

$$\begin{aligned} R &= \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} \\ &= 40 - 16 = 24 \end{aligned}$$

2) Jumlah Interval kelas

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 63 \\ &= 6,9 = 7 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

3) Panjang Kelas

$$\begin{aligned} P &= R/K \\ &= 24/7 \\ &= 3,4 \end{aligned}$$

Tabel 4.1 Distribusi frekuensi Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah

No	Interval	Fi
1	16,0 – 19,3	4
2	19,4 – 22,7	12
3	22,8 – 26,1	13
4	26,2 – 29,5	16
5	29,6 – 33,0	12
6	33,1 – 36,4	2
7	36,5 – 40,0	4
	Jumlah	63

Sumber: Data Primer, 2018

Agar dapat mengetahui besarnya kecenderungan variabel promosi maka digunakan rumus perhitungan Mean Ideal (Mi) dan Standar Deviasi Ideal (SDi). Oleh karena itu dari 8 jumlah pertanyaan yang ada maka diperoleh nilai tertinggi sebesar 40 dan terendah sebesar 16. Maka dapat dirumuskan dengan:

$$\begin{aligned} Mi &= 1/2 (X_{\max} + X_{\min}) \\ &= 1/2 (40+16) \\ &= 28 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SDi &= 1/6 (X_{\max} - X_{\min}) \\ &= 1/6 (40-16) \\ &= 4 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dilakukan pengelompokan untuk masing-masing variabel. Menurut Anas Sudijono, pengelompokan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) Kelompok atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata plus standar deviasi ke atas ($>Mi+1SDi$)

2) Kelompok Sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus 1 standar deviasi dan skor rata-rata plus 1 standar deviasi ($Mi-1SDi$ sampai dengan $Mi+1SDi$)

3) Kelompok Kurang

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata minus 1 standar deviasi ($<Mi-SDi$)

Pengelompokan kategori untuk variable Pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Atas/Tinggi} &= >Mi+1SDi \\ &= > 28 + 1(4) \\ &= >32\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok sedang} &= Mi-1SDi \text{ sampai dengan } Mi+1SDi \\ &= 28-1(4) \text{ sampai dengan } 28+1(4) \\ &= 24 \text{ sampai dengan } 32\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Rendah} &= <Mi-1SDi \\ &= <28-1(4) \\ &= <24\end{aligned}$$

Berdasarkan Kategori diatas maka dapat dibuatkan distribusi frekuensi pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kategori Pengetahuan Masyarakat

No	Interval skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>32	21	33%	Tinggi
2	24 – 32	29	46%	Cukup
3	<24	13	21%	Rendah
	Jumlah	63	100%	

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi variabel Pengetahuan masyarakat dalam kategori tinggi sebanyak 21 orang (33%), cukup sebanyak 29 orang (46%), dan rendah sebanyak 13 orang (21%). Jadi dapat

disimpulkan bahwa kecenderungan pengaruh variabel pengetahuan masyarakat dikatakan cukup.

c. Deskripsi Variabel Minat Menjadi Nasabah

Hasil pengolahan data dari kusioner menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 50 dan nilai terendah sebesar 29. Dengan menggunakan bantuan program SPSS maka hasil yang diperoleh yaitu Mean 39, median 40, modus 44 dengan standar deviasi sebesar 4,778. Melalui hasil tersebut diatas maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1) Rentang Kelas

$$\begin{aligned} R &= \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} \\ &= 50 - 29 = 21 \end{aligned}$$

2) Jumlah Interval kelas

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 63 \\ &= 6,9 = 7 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

3) Panjang Kelas

$$\begin{aligned} P &= R/K \\ &= 21/7 \\ &= 3 \end{aligned}$$

Tabel 5.1 Frekuensi Variabel Minat Menjadi Nasabah

No	Interval	Fi
1	29 – 31	4
2	32 – 34	7
3	35 – 37	11
4	38 – 40	18
5	41 - 43	6
6	44 – 46	14
7	47 – 50	3
	Jumlah	63

(Sumber: Data Primer)

Agar dapat mengetahui kecenderungan variabel minat menjadi nasabah digunakan rumus perhitungan Mean Ideal (M_i) dan Standar Deviasi Ideal (SD_i). Oleh karena itu dari 10 jumlah pertanyaan yang ada maka diperoleh nilai tertinggi sebesar 50 dan terendah sebesar 29.

$$\begin{aligned}
 M_i &= 1/2 (X_{\max} + X_{\min}) \\
 &= \frac{1}{2} (50+29) \\
 &= 39,5
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 SD_i &= 1/6 (X_{\max} - X_{\min}) \\
 &= 1/6 (50-29) \\
 &= 3,5
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dilakukan pengelompokan untuk masing-masing variable. Menurut Anas Sudijono, pengelompokan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) Kelompok atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata plus standar deviasi ke atas ($>M_i+1SD_i$)

2) Kelompok Sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus 1 standar deviasi dan skor rata-rata plus 1 standar deviasi ($M_i - 1SD_i$ sampai dengan $M_i + 1SD_i$)

3) Kelompok Kurang

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata minus 1 standar deviasi ($<M_i - SD_i$)

Pengelompokan kategori untuk variable Promosi terhadap minat menabung sebagai berikut:

Kelompok Atas/Tinggi	$= >M_i + 1SD_i$ $= > 39,5 + 1(3,5)$ $= > 43$
Kelompok sedang	$= M_i - 1SD_i$ sampai dengan $M_i + 1SD_i$ $= 39,5 - 1(3,5)$ sampai dengan $39,5 + 1(3,5)$ $= 36$ sampai dengan 43
Kelompok Rendah	$= <M_i - 1SD_i$ $= < 39,5 - 1(3,5)$ $= < 36$

Berdasarkan Kategori diatas maka dapat dibuatkan distribusi frekuensi minat menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kategori Variabel Minat Menjadi Nasabah

No	Interval skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	>43	17	27%	Tinggi
2	36 – 43	33	52%	Cukup
3	<36	13	21%	Rendah
	Jumlah	63	100%	

(Sumber: Data Primer)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi variabel Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah dalam kategori tinggi sebanyak 17 orang (27%), cukup sebanyak 33 orang (52%), dan rendah sebanyak 13 orang (21%). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel minat menjadi nasabah dalam kategori cukup.

2. Hasil Uji Prasyarat Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas merujuk pada sejauh mana definisi yang digunakan mengukur apa yang diukur hal ini juga menyangkut masalah indicator variabel yang dioperasionalkan. Makna validitas dalam analisis isi bukanlah hubungan antara dua variabel atau teori melainkan validitas ini berada diantara klasifikasi variabel yang berasal dari sebuah interpretasi yang menghubungkan isi dan sebab-sebabnya. Hal ini akan memudahkan peneliti mengumpulkan dan mengolah data secara statistik.⁷³ Oleh karenanya, untuk memudahkan dalam melihat validitas pervariabel maka dapat dilihat dari pernyataan berikut: Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir/pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Untuk nilai $df = n-2 = 63-2 = 61$, jadi untuk melihat nilai pada r

⁷³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*: (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 98

tabel pada df angka 61 dengan signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,248. Jika r hitung $> r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 6.1 berikut ini.

Tabel 6.1
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	Promosi (X1)			
1	1	0,759	0,248	Valid
2	2	0,762	0,248	Valid
3	3	0,761	0,248	Valid
4	4	0,801	0,248	Valid
5	5	0,728	0,248	Valid
6	6	0,675	0,248	Valid
7	7	0,810	0,248	Valid
8	8	0,776	0,248	Valid
	Pengetahuan Masyarakat (X2)			
9	1	0,730	0,248	Valid
10	2	0,462	0,248	Valid
11	3	0,544	0,248	Valid
12	4	0,822	0,248	Valid
13	5	0,729	0,248	Valid
14	6	0,503	0,248	Valid
15	7	0,752	0,248	Valid
16	8	0,640	0,248	Valid
	Minat Menjadi Nasabah (Y)			
17	1	0,566	0,248	Valid
18	2	0,516	0,248	Valid
19	3	0,638	0,248	Valid
20	4	0,377	0,248	Valid
21	5	0,478	0,248	Valid
22	6	0,583	0,248	Valid
23	7	0,415	0,248	Valid
24	8	0,511	0,248	Valid
25	9	0,558	0,248	Valid
26	10	0,255	0,248	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Tabel 6.1 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung $> r$ tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 63$ ($n = 63 - 2 = 61$) diperoleh r tabel = 0,248 maka dapat diketahui r hitung tiap item $> 0,248$ sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variabel penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

b. Pengujian Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Menurut Sugiyono suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 ($\text{Cronbach Alpha} > 0,60$). Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel berikut ini:

Tabel 7.1

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,893	Reliabilitas
Pengetahuan Masyarakat (X2)	0,802	Reliabilitas
Minat Menjadi Nasabah (Y)	0,659	Reliabilitas

Sumber: Data Primer yang di olah, 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah

reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 8.1

Hasil Pengujian Normalitas

Uji Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)
Promosi (X1)	0,163
Pengetahuan Masyarakat (X2)	0,251
Minat Menabung (Y)	0,570

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil output uji normalitas menunjukkan bahwa taraf signifikansi untuk Promosi sebesar 0,163, pengetahuan masyarakat 0,251 dan minat sebesar 0,570, dari variabel-variabel tersebut nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dari masing-masing variabel yang diteliti bersifat Normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam Uji Multikolinearitas ini dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai Tolerance ketika $Tolerance > 0,10$ maka tidak terjadi multikoleniaritas, begitupun sebaliknya. Berdasarkan nilai VIF, jika $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikoleniaritas, begitupun sebaliknya. Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8.2**Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0,878	1,139
Pengetahuan Masyarakat (X2)	0,878	1,139

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen karena mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 (10%) tidak terjadi multikoleniaritas artinya tidak ada korelasi antara variabel bebas. Hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala Multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 8.3**Hasil pengujian Autokorelasi**

Uji Autokorelasi	Asymp. Sig (2-tailed)
	0,383

Sumber: Data Primer, 2018

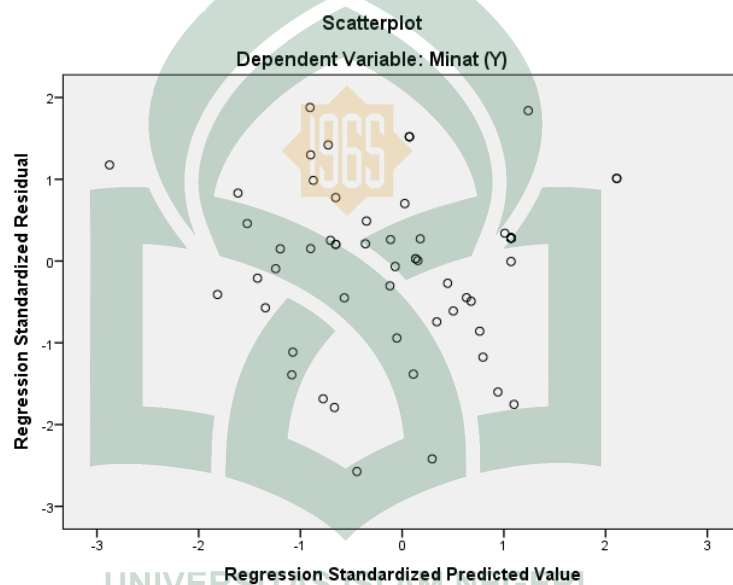
Dari hasil pengujian statistik untuk mengetahui gejala autokorelasi dapat dilihat melalui jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian statistic dari tabel di atas tidak terjadi autokorelasi karena nilai signifikansi tabel run test $> 0,05$ yaitu $0,383 > 0,05$.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dengan menggunakan *Scater plot*, suatu *heterokedastisitas* diketahui dengan melihat sebaran *plot* data.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, titik-titik tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0. Hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat.

4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel (Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat

Menjadi Nasabah), melalui program SPSS. Jadi untuk melihat pengaruh variabel tersebut dapat dilihat seperti dibawah ini:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar. Selain itu dari penelitian ini juga akan diperoleh variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat menabung di BNI Syariah Cabang Wonomulyo.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian digunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif ini digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variabel dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan menguji koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan regresi ini diperoleh dengan menilai koefisien regresi beberapa variabel yang mempengaruhi Minat menjadi nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo.

Berikut ini tampilan model regresi dengan menggunakan bantuan SPSS

21:

Tabel 9.1 Koefisien Regresi variabel (X1, X2 terhadap Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin - Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.696 ^a	.484	.467	3.490	.484	28.124	2	60	.000	1.707

Sumber: Data Primer, 2018

Tabel 9.2 Persamaan Regresi variabel (X1, X2 terhadap Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.852	2.871		6.566	.000
	Promosi (X1)	.205	.078	.259	2.613	.011
	Pengetahuan (X2)	.485	.086	.562	5.676	.000

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan analisis menggunakan *SPSS* seperti diatas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 18,852 + 0,205X_1 + 0,485X_2 + e$$

Dari persamaan diatas berarti bahwa konstanta sebesar 18,852, artinya jika variabel promosi dan pengetahuan masyarakat nilainya adalah 0 maka minat menabung masyarakat tetap bernilai 18,852. Dan untuk koefisien regresi variabel promosi (X1) sebesar 0,205 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel promosi mengalami kenaikan 1 % maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 0,205, koefisien bernilai positif sehingga semakin tinggi promosi maka akan semakin meningkat minat masyarakat menabung. Untuk koefisien regresi variabel pengetahuan masyarakat sebesar 0,485 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan pengetahuan mengalami peningkatan 1% maka minat masyarakat menabung akan meningkat sebesar 0,485. Koefisien untuk pengetahuan bernilai positif maka semakin meningkat pengetahuan maka akan semakin meningkat pula minat masyarakat dalam menabung.

b. Uji F

Analisis Uji F ini digunakan untuk membuktikan hipotesis dari penelitian yaitu Pengaruh Promosi dan Pengetahuan masyarakat terhadap Minat menjadi Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

Uji statistic F atau uji signifikansi simultan, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diteliti. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada tarah $\alpha = 0,05$. Rumus menentukan nilai F tabel yaitu $df = n - k - 1 = 63 - 2 - 1 = 60$, jadi untuk melihat nilai pada F tabel yaitu pada df 60 dengan signifikansi 0,05 maka diperoleh 3,15. Untuk mengetahui variabel dependen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 10.1 Hasil Uji F (X₁, X₂ Terhadap Y)

F _{hitung}	Sig.
28,124	0,000 ^b

Sumber: Data Primer, 2018

Dari hasil perhitungan regresi berganda dengan bantuan SPSS diatas diperoleh F-hitung sebesar 28,124 dan F-tabel sebesar 3,15 sehingga F hitung > F tabel ($28,124 > 3,15$). Hal ini berarti Promosi dan Pengetahuan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah di BNI Syariah kecamatan Wonomulyo. Dengan demikian hipotesis ketiga dari penelitian ini dapat diterima.

Besarnya pengaruh (kontribusi) variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi

(R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin besar (mendekati 1) maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar atau dengan kata lain jika nilai mendekati 1 maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 semakin kecil (mendekati 0) berarti variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan sangat terbatas.

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh $R^2 = 0,484$ yang berarti seluruh variabel (X_1 dan X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Minat menjadi Nasabah sebesar 0,484 atau 48,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar penelitian. Adapun untuk mengetahui hubungan variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien regresi multiple (R) yaitu sebesar 0,696 yang berarti adanya indikasi hubungan yang kuat antara keseluruhan variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Untuk menentukan nilai t tabel dengan menggunakan rumus $df = 63 - 2 - 1 = 60$, jadi untuk nilai t tabel df 60 dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 2,000.

Tabel 11.1 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Promosi (X1)	2,613	0,011
Pengetahuan masyarakat (X2)	5,676	0,000

Sumber: Data Primer, 2018

Dari hasil perhitungan diatas terlihat bahwa keseluruhan variabel signifikan artinya $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan nilai masing-masing $t\text{-hitung}$ untuk variabel X1 adalah $2,613 > 2,000$ dan variabel X2 adalah $5,676 > 2,000$ sehingga nilai X1 dan X2 mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Y. Selanjutnya menentukan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 11.2 Koefisien Parsial Ganda

Variabel	B
Promosi (X1)	0,259
Pengetahuan masyarakat (X2)	0,562

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan diatas juga menunjukkan bahwa koefisien parsial ganda (B) yang tertinggi adalah variabel pengetahuan masyarakat (X2) yaitu sebesar 0,562 atau 56,2% selanjutnya variabel promosi (X1) sebesar 0,259 atau 25,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mempunyai pengaruh terbesar terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo.

d. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 12.1 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi	R	R Square
	0,696	0,484

Sumber: Data Primer, 2018

Dengan hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS* diketahui koefisien korelasi (*R*) yang menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (promosi dan pengetahuan), dengan variabel terikat minat menjadi nasabah , besarnya koefisien korelasi adalah 0,696 atau 69%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel promosi dan pengetahuan masyarakat dengan minat menjadi nasabah adalah kuat karena nilai 0,696 hampir mendekati nilai 1.

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R^2 (koefisien determinasi) = 0,484 atau 48,4% berarti seluruh variabel (*X1* dan *X2*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Minat menjadi Nasabah sedangkan sisanya sebesar 51,6 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi (*X1*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi Nasabah (*Y*) yang berarti jika promosi (*X1*) semakin tinggi maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa uji signifikansi

parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar $2,613 > \text{nilai } t \text{ tabel}$ sebesar 2,000.

2. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah

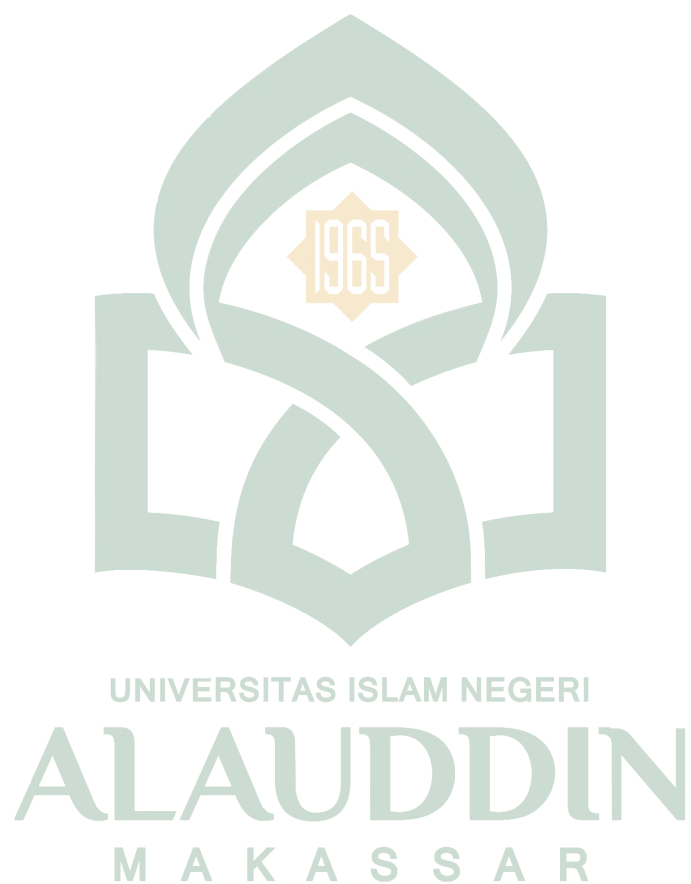
Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan Masyarakat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi Nasabah (Y) yang berarti jika Pengetahuan Masyarakat (X2) semakin tinggi maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah (Y). Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar $5,676 > \text{nilai } t \text{ tabel}$ sebesar 2,000.

3. Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah (Y) yang ditandai dengan nilai t-hitung sebesar 2,613 dan 5,676. Adapun faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat adalah pengetahuan masyarakat karena mempunyai nilai koefisien parsial ganda sebesar 56,2 % lebih besar dari factor promosi yaitu hanya sebesar 25,9%.

Berdasarkan hasil uji f secara simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama promosi dan pengetahuan masyarakat menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah yaitu dapat ditunjukkan

dari perhitungan uji F sebesar 28,124 sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,484 sehingga variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 0,484 atau 48,4% dan sisanya 51,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 3,987.
2. Pengetahuan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi Nasabah. Hal ini terbukti dengan hasil yang diperoleh dari uji signifikansi parsial (uji t) sebesar 5,676 dengan t-tabel sebesar 2,000.
3. Promosi dan Pengetahuan Masyarakat secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah BNI Syariah Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar. Hal ini diperoleh dari nilai t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 28,124 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,484.

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari variabel Promosi (X1) dan Pengetahuan Masyarakat (X2) yang paling besar pengaruhnya terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo adalah variabel Pengetahuan Masyarakat karena memiliki nilai koefisien parsial ganda lebih besar dari variabel promosi $56,2\% > 25,9\%$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang mempunyai pengaruh tertinggi adalah Pengetahuan Masyarakat. Oleh karena itu, untuk memperkenalkan perbankan syariah kepada masyarakat yang perlu ditingkatkan adalah kegiatan promosi baik itu melalui iklan, publisitas, hubungan karyawan dengan masyarakat dan cara lainnya. Dengan meningkatkan kegiatan promosi masyarakat akan banyak yang mengetahui perbankan syariah untuk menarik minat nasabah BNI Syariah dalam menjaga efektivitas perbankan Syariah.
2. Pihak penyedia jasa lebih bersikap terbuka kepada nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan menyediakan kotak saran yang berguna untuk mengetahui pendapat dan keluhan nasabah yang disampaikan secara tidak langsung dan dapat menjadi pertimbangan bagi perbankan untuk jauh lebih baik.
3. Untuk dapat menarik Minat menjadi Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo sebaiknya perusahaan berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung agar tercipta kesesuaian antara nasabah dan yang diinginkan pihak perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004
- Antonio, M. S. *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani, 2001
- Arianto, Suharsimi *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Rineka Cipta 2002)
- Arifin, Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Azkia Publisher, 2009).
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015
- Awaluddin. *Manajemen Bank Syariah*. Makassar: Alauddin University Press, 2011
- Bhuono Agung Nugroho. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, 2007
- Chammi, R. *Studi Islam Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Rizki Putra, 2012
- Dahlan, Ahmad. *bank syariah Teoritik , Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012)
- Emmang, Gusmail. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada masyarakat dikecamatan Rappocini Kota Makassar), *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Hurlock, Elizabeth B. *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga, 1999
- Hasan, A. *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghaia Indonesia, 2010
- Indonesia, D. A. *Al-quran dan Terjemahan*. Surabaya: Fajar Mulya, 2011

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014
- Ismawati, E. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2012.
- Judisseno, R. K. *Sistem Moneter dan Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- Kotler, P. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, 2004
- Martono, N. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Muin, R. *Lembaga Keuangan Syariah*. Makassar: Alauddin University Press, 2014
- Muhammad Rawas Qal'aji, *Mu'jam Lughat al fuqaha* (Beirut: Darun Nafs, 1985); Ahmad asy-syarbasri, *al-mu'jam al-iqtisad al-Islami* (Beirut Dar Alamil-Kutub, 1987); dan Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah* (Beirut: Darul Kitab Al-faribi, 1987), cetakan ke-8.
- Musa, C, I. *Manajemen Pemasaran*. Makassar: Alauddin University Press, 2009
- Mustofa, I. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Nasional, D. P. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Nur Jannah, Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Banks Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah, *Skripsi*, Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014
- Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011)
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Novan Ardi Wiyani, B. *Ilmu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012
- Oentoro, D. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: Kencana, 2004

- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2004
- Sabiq, Sayyid. *Fiqhus Sunnah*. Beirut: Darul Kitab Al-faribi, 1987
- Sahade, C. *Manajemen Pemasaran*. Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2014
- Safaruddi, Munthe. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota, *Tesis*, Jurusan Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri Umatara Utara, 2014.
- Schraf, B. R. *Sosiologi Agama*. Jakarta: Prenada Media, 2004
- Siregar, Siregar. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, h. 162.
- Soekanto, S. *Sosiologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2002
- Soemitra, A. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Subagyo, J. *Materi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1991
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2015.
- Umar, Husen. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: Rajawali Pers 2014)

L

A

M

P

I

R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

N

2. Variabel Pengetahuan Masyarakat

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Prinsip Bank Syariah</i>					
1.	Prinsip yang di jalankan di bank syariah sudah saya pahami					
2.	Menurut saya antara bank syariah dan bank konvensional tidak jauh berbeda					
	<i>Pengelolaan Bank</i>					
3.	Saya mengetahui bahwa dalam mengelola perbankan syariah harus sesuai dengan ajaran Islam					
4.	Saya sudah paham perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional					
	<i>Prinsip Bagi Hasil</i>					
5.	Saya memahami konsep dan mekanisme bagi hasil bank syariah					
6.	Saya mengetahui bahwa besarnya nisbah bagi hasil yang di peroleh tergantung pada keuntungan yang didapatkan nasabah					
	<i>Akad-akad bank Syariah</i>					
7.	Istilah – istilah akad yang digunakan dalam perbankan syariah sudah saya pahami					
8.	Produk yang di tawarkan BNI Syariah sesuai dengan akad yang telah disepakati bersama antara pihak bank dan nasabah					

3. Minat Masyarakat Menabung

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sudah paham tentang prinsip dan mekanisme BNI Syariah sehingga mempengaruhi saya untuk menabung					
2.	Keputusan menabung dipengaruhi oleh keinginan saya sendiri karena BNI syariah sesuai dengan syariah Islam					
3.	Promosi yang dilakukan perbankan sudah maksimal sehingga mempengaruhi saya untuk menabung di BNI Syariah					
4.	Ketersediaan produk berbeda dengan bank lain sehingga mempengaruhi saya untuk menabung					
5.	Tidak adanya potongan perbulan bagi nasabah penabung di perbankan syariah					
6.	Saldo minimum yang di tawarkan BNI Syariah rendah sehingga mempengaruhi saya untuk menabung					
7.	Mudah melakukan transaksi karena ATM BNI Syariah mudah di temukan					
8.	Saya tertarik karena kerabat saya mengajak saya untuk menabung di BNI Syariah					
9.	Saya tertarik karena pada BNI Syariah tidak menggunakan istilah pinjaman tetapi pembiayaan dengan keuntungan bagi hasil					
10.	Saya ingin terus bertransaksi di BNI Syariah					

Lampiran 2

No	Usia	L/P	Pekerjaan	X1								JML		X2	Y																JML	Total																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
				1	2	3	4	5	6	7	8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														

Lampiran 2

20	24	L	Wiraswasta	3	4	5	2	4	4	1	4	27	2	4	5	4	2	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	38	92
21	25	P	Wiraswasta	3	4	5	4	5	4	4	5	34	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44	113
22	26	L	Wiraswasta	3	5	5	5	5	5	5	5	38	3	2	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	2	4	5	39	106
23	28	P	Wiraswasta	3	4	5	5	4	5	5	4	35	3	2	5	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	2	5	42	104
24	28	P	Wiraswasta	3	3	4	2	4	5	4	5	30	2	3	2	3	2	4	2	4	4	4	5	5	2	4	5	36	88
25	29	L	Wiraswasta	3	5	5	5	5	5	5	5	38	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	2	5	38	107
26	29	P	Wiraswasta	3	4	5	3	4	5	5	5	34	4	5	5	4	2	3	2	3	4	4	1	4	5	2	3	35	97
27	32	L	Wiraswasta	3	4	5	5	2	2	2	2	25	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	4	40	92
28	35	P	Wiraswasta	3	4	4	3	4	5	5	5	33	4	5	5	4	4	4	2	2	30	5	2	1	3	5	5	38	101
29	35	L	Wiraswasta	3	4	2	4	4	5	4	4	30	3	4	5	2	4	5	3	3	29	3	5	2	4	4	3	36	95
30	40	L	Wiraswasta	3	4	5	4	5	4	5	5	34	4	4	5	5	4	4	5	5	35	4	5	5	4	5	4	44	113
31	42	L	Wiraswasta	3	4	5	4	5	4	4	5	34	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	5	5	4	5	4	44	113
32	45	P	Wiraswasta	3	4	5	5	5	5	5	5	37	1	2	5	3	3	3	3	4	24	4	4	5	2	4	5	40	101
33	47	L	Wiraswasta	3	4	5	4	5	4	4	5	34	4	4	5	5	4	4	5	5	35	4	5	5	4	5	3	43	112
34	51	P	Wiraswasta	3	4	5	4	5	4	4	5	34	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	5	5	4	5	4	44	113
35	23	L	Peg. Negri	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	3	3	4	29	5	5	4	5	5	5	45	105
36	24	P	Peg. Negri	3	4	4	4	3	5	5	5	33	4	2	5	4	5	5	3	4	32	4	5	5	4	2	5	40	105
37	24	P	Peg. Negri	3	4	4	4	5	4	4	4	32	4	2	4	4	4	3	4	4	29	5	4	4	4	3	4	40	101
38	25	L	Peg. Negri	3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	2	4	4	4	3	4	4	29	4	4	4	4	3	5	40	98
39	25	P	Peg. Negri	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	3	3	4	29	5	5	4	4	5	5	45	105

Lampiran 2

40	25	P	Peg. Negri	3	4	4	5	2	2	2	2	24	5	4	5	5	5	5	39	4	4	3	4	4	3	4	4	2	37	100	
41	26	P	Peg. Negri	3	2	4	3	2	3	4	5	26	5	4	4	4	2	2	4	29	5	4	4	4	4	2	3	5	39	94	
42	26	L	Peg. Negri	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	3	4	29	5	5	4	4	4	5	5	45	105		
43	27	L	Peg. Negri	3	4	5	2	4	4	1	4	27	2	4	5	4	2	4	2	27	3	5	2	4	3	4	4	4	38	92	
44	27	L	Peg. Negri	3	2	2	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	16	4	2	2	5	2	2	5	5	34	67	
45	28	P	Peg. Negri	3	2	3	3	3	3	3	3	23	2	2	5	4	4	4	2	27	4	3	3	3	2	5	4	4	37	87	
46	29	P	Peg. Negri	3	4	4	4	5	4	4	4	32	4	2	4	4	4	3	4	29	5	4	4	4	4	3	4	4	40	101	
47	29	P	Peg. Negri	3	4	4	5	3	3	5	5	32	4	5	4	4	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	50	119	
48	31	L	Peg. Negri	3	4	4	4	4	4	5	4	32	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	4	4	5	4	4	5	44	111	
49	32	L	Peg. Negri	3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	50	128	
50	34	P	Peg. Negri	3	4	4	3	4	4	2	4	28	4	2	4	4	3	4	5	31	5	5	4	4	3	4	4	5	41	100	
51	42	P	Peg. Negri	3	4	2	2	3	4	4	4	26	3	2	4	3	4	4	4	28	2	2	3	4	2	1	5	2	29	83	
52	43	P	Peg. Negri	3	4	4	3	4	4	4	4	30	5	4	5	4	4	4	4	34	4	5	4	4	3	4	4	4	40	104	
53	48	L	Peg. Negri	3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	50	128	
54	49	L	Peg. Negri	3	4	5	4	5	4	4	5	34	4	4	5	5	4	4	5	35	4	5	4	4	4	5	4	4	44	113	
55	51	L	Peg. Negri	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	40	103	
56	52	L	Peg. Negri	3	2	2	1	3	4	2	3	20	5	4	4	4	5	1	2	27	2	4	2	4	2	4	3	2	31	78	
57	57	P	Peg. Negri	3	4	2	2	3	4	2	3	23	3	4	5	2	4	2	3	27	2	4	2	3	5	3	2	2	31	81	
58	22	P	Bidan	3	2	2	1	3	4	2	3	20	5	4	2	1	2	3	22	4	2	4	2	4	2	4	2	3	32	74	
58	25	P	Bidan	3	4	2	3	4	3	3	3	25	3	2	4	4	3	4	4	28	3	4	3	4	2	5	5	2	4	36	89

Lampiran 2

60	28 thn	P	Perawat	3	4	4	4	2	5	5	2	4	29	2	4	3	2	2	2	2	2	4	21	2	3	2	2	2	4	5	5	2	4	4	33	83					
	33																																								
61	thn	P	Dokter	3	4	5	4	5	4	5	4	5	34	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44	113						
	39																																								
62	thn	L	Tentara	3	3	2	2	2	4	3	2	3	22	2	1	1	4	4	3	4	4	23	1	2	1	5	5	5	4	2	4	5	34	79							
	39																																								
63	thn	L	Polisi	3	4	2	2	2	3	4	2	3	23	4	3	4	4	3	4	2	3	27	4	5	4	4	4	4	5	2	4	5	41	91							
				1953												1831												2486												6270	



Lampiran 3

1. Deskripsi Responden

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	6.3	6.3	6.3
2	36	57.1	57.1	63.5
3	8	12.7	12.7	76.2
4	12	19.0	19.0	95.2
5	3	4.8	4.8	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Jenis kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	31	49.2	49.2	49.2
2	32	50.8	50.8	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	12	19.0	19.0	19.0
2	5	7.9	7.9	27.0
3	17	27.0	27.0	54.0
4	23	36.5	36.5	90.5
5	6	9.5	9.5	100.0
Total	63	100.0	100.0	

2. Deskripsi Pernyataan Kusiner

a. Promosi

Statistics	
x1	
Valid	63
Missing	0
Mean	31.00
Median	32.00
Mode	34

Std. Deviation	5.486
Minimum	17
Maximum	40

x1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17	1	1.6	1.6	1.6
20	3	4.8	4.8	6.3
22	1	1.6	1.6	7.9
23	3	4.8	4.8	12.7
24	1	1.6	1.6	14.3
25	2	3.2	3.2	17.5
26	3	4.8	4.8	22.2
27	3	4.8	4.8	27.0
28	1	1.6	1.6	28.6
29	3	4.8	4.8	33.3
30	3	4.8	4.8	38.1
31	6	9.5	9.5	47.6
32	5	7.9	7.9	55.6
33	3	4.8	4.8	60.3
34	10	15.9	15.9	76.2
35	3	4.8	4.8	81.0
37	3	4.8	4.8	85.7
38	6	9.5	9.5	95.2
39	2	3.2	3.2	98.4
40	1	1.6	1.6	100.0
Total	63	100.0	100.0	

b. Pengetahuan Masyarakat

Statistics

X2

Valid	63
Missing	0
Mean	29.06
Median	29.00
Mode	35
Std. Deviation	5.530
Minimum	16

Maximum

40

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
16	1	1.6	1.6	1.6
20	3	4.8	4.8	6.3
21	3	4.8	4.8	11.1
22	4	6.3	6.3	17.5
23	1	1.6	1.6	19.0
24	3	4.8	4.8	23.8
26	1	1.6	1.6	25.4
27	8	12.7	12.7	38.1
28	4	6.3	6.3	44.4
29	9	14.3	14.3	58.7
30	2	3.2	3.2	61.9
31	3	4.8	4.8	66.7
32	3	4.8	4.8	71.4
34	1	1.6	1.6	73.0
35	13	20.6	20.6	93.7
37	1	1.6	1.6	95.2
39	1	1.6	1.6	96.8
40	2	3.2	3.2	100.0
Total	63	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

c. Minat Menabung

Statistics

Y

Valid	63
Missing	0
Mean	39.46
Median	40.00
Mode	44
Minimum	29
Maximum	50

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Correlations							
	item_1	item_2	Item_3	Item_4	item_5	item_6	item_7
item_1	1	.671**	.455**	.696**	.392**	.328**	.392**

[illegible]

		Correlations								
		item_1	item_2	Item_3	Item_4	item_5	item_6	item_7	Item_8	T
item_1	Pearson Correlation	1	.671**	.455**	.696**	.392**	.328**	.595**	.391**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.009	.000	.002	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
item_2	Pearson Correlation	.671**	1	.540**	.602**	.578**	.491**	.462**	.373**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Item_3	Pearson Correlation	.455**	.540**	1	.620**	.580**	.347**	.431**	.641**	.761**

item_3	Sig. (2-tailed)	.003		.020	.024	.352	.808	.420	.646	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.166	.292*	1	.429**	.254*	.275*	.225	.111	.544**
item_4	Sig. (2-tailed)	.194	.020		.000	.044	.029	.076	.384	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.556**	.285*	.429**	1	.557**	.240	.583**	.564**	.822**
item_5	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.000		.000	.058	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.566**	.119	.254*	.557**	1	.266*	.564**	.493**	.729**
item_6	Sig. (2-tailed)	.000	.352	.044	.000		.035	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.189	.031	.275*	.240	.266*	1	.394**	.370**	.503**
item_7	Sig. (2-tailed)	.139	.808	.029	.058	.035		.001	.003	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.527**	.103	.225	.583**	.564**	.394**	1	.552**	.752**
item_8	Sig. (2-tailed)	.000	.420	.076	.000	.000	.001		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.322*	.059	.111	.564**	.493**	.370**	.552**	1	.640**
item_9	Sig. (2-tailed)	.010	.646	.384	.000	.000	.003	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.730**	.462**	.544**	.822**	.729**	.503**	.752**	.640**	1
skor_total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation									

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Minat Menabung (Y)

		Correlations										
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	Skot_total
item_1	Pearson Correlation	1	.110	.448**	-.057	.301*	.040	.024	.504**	.155	.055	.566**

	Sig. (2-tailed)		.392	.000	.656	.016	.756	.853	.000	.224	.669	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.110	1	.377**	.298*	-.033	.173	.119	.126	.150	.198	.516**
item_2	Sig. (2-tailed)	.392		.002	.018	.797	.174	.351	.326	.242	.120	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.448**	.377**	1	.285*	.038	.279*	.162	.093	.307*	.134	.638**
item_3	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.023	.765	.027	.203	.468	.014	.295	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	-.057	.298*	.285*	1	.109	.130	.010	-.184	.302*	.340**	.377**
item_4	Sig. (2-tailed)	.656	.018	.023		.395	.309	.937	.148	.016	.006	.002
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.301*	-.033	.038	.109	1	.188	-.131	.247	.398**	.272*	.478**
item_5	Sig. (2-tailed)	.016	.797	.765	.395		.141	.308	.051	.001	.031	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.040	.173	.279*	.130	.188	1	.652**	.200	.262*	-.118	.583**
item_6	Sig. (2-tailed)	.756	.174	.027	.309	.141		.000	.116	.038	.358	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.024	.119	.162	.010	-.131	.652**	1	.252*	.017	-.166	.415**
item_7	Sig. (2-tailed)	.853	.351	.203	.937	.308	.000		.046	.893	.194	.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.504**	.126	.093	-.184	.247	.200	.252*	1	.134	-.228	.511**
item_8	Sig. (2-tailed)	.000	.326	.468	.148	.051	.116	.046		.296	.072	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
item_9	Pearson Correlation	.155	.150	.307*	.302*	.398**	.262*	.017	.134	1	.179	.558**

item_10	Sig. (2-tailed)	.224	.242	.014	.016	.001	.038	.893	.296		.159	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.055	.198	.134	.340**	.272*	-.118	-.166	-.228	.179	1	.255*
	Sig. (2-tailed)	.669	.120	.295	.006	.031	.358	.194	.072	.159		.043
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Pearson Correlation	.566**	.516**	.638**	.377**	.478**	.583**	.415**	.511**	.558**	.255*	1
Skot_total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.043	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas

a. Promosi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	8

b. Pengetahuan Masyarakat (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	8

c. Minat menabung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.659	10

5. Uji Asumsi Klasik

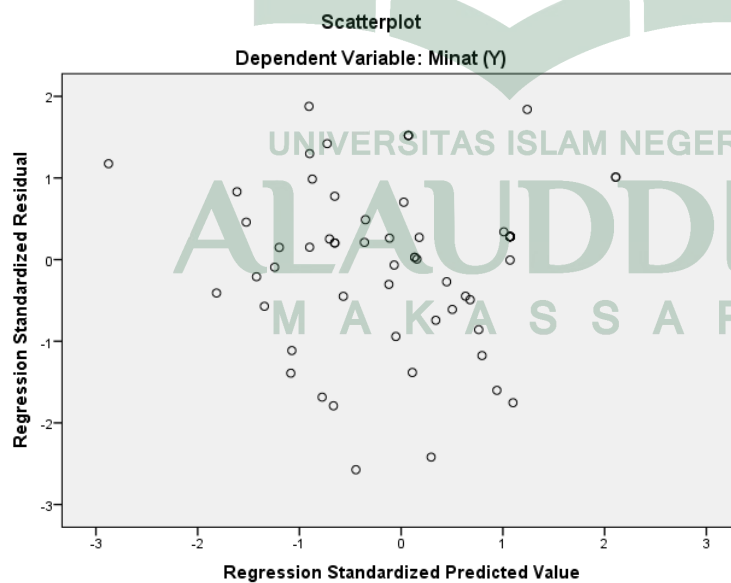
a. Uji Normalitas

		Promosi (X1)	Pengetahuan (X2)	Minat (Y)
N		63	63	63
Normal	Mean	31.70	29.06	39.46
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	6.026	5.530	4.778
Most Extreme Differences	Absolute	.141	.128	.099
	Positive	.084	.092	.090
	Negative	-.141	-.128	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		1.120	1.019	.784
Asymp. Sig. (2-tailed)		.163	.251	.570

b. Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
18.852	2.871		6.566	.000		
.205	.078	.259	2.613	.011	.878	1.139
.485	.086	.562	5.676	.000	.878	1.139

c. Uji Heterokedastisitas



d. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.70990
Cases < Test Value	30
Cases >= Test Value	33
Total Cases	63
Number of Runs	29
Z	-.873
Asymp. Sig. (2-tailed)	.383

a. Median

6. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.852	2.871		6.566	.000
Promosi (X1)	.205	.078	.259	2.613	.011
Pengetahuan (X2)	.485	.086	.562	5.676	.000

b. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	684.982	2	342.491	28.124	.000 ^b
1 Residual	730.669	60	12.178		
Total	1415.651	62			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan (X2), Promosi (X1)

c. Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.852	2.871		6.566	.000
1 Promosi (X1)	.205	.078	.259	2.613	.011
Pengetahuan (X2)	.485	.086	.562	5.676	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

7. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.467	3.490

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan (X2), Promosi (X1)

Lampiran 4





ALAUDDIN

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 978 TAHUN 2018

TENTANG

PANITIA DAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat permohonan : **Nurliani M**
NIM : **90100114023**
Tanggal : **18 Juli 2018**
Mahasiswa Jurusan : **EKONOMI ISLAM**
Untuk Ujian Skripsi/ Munaqasyah yang berjudul **"Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar"**
- Menimbang : 1. Bahwa saudara tersebut diatas telah memenuhi persyaratan Ujian Skripsi/ Munaqasyah
2. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian/ Munaqasyah perlu dibentuk panitia ujian.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Alauddin menjadi UIN Alauddin Makassar;
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
5. Keputusan Menteri Agama RI. No. 5 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
6. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Keuangan No.330/05/2008 tentang penetapan UIN Alauddin Makassar pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU).
8. Surat Keputusan Rektor UIN Alauddin Nomor 241 B Tahun 2010 Tentang Pedoman Edukasi UIN Alauddin;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Membentuk Panitia Ujian Skripsi/ Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :

Ketua : **Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.**
Sekretaris : **Dr. H. Abd. Wahab, SE., M.Si.**
Penguji I : **Dr. Amiruddin K, M.El**
Penguji II : **Memen Suwandi, SE., M.Si.**
Pembimbing I : **Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.**
Pembimbing II : **Drs. Thamrin Logawali, MH.**
Pelaksana : **Muhammad Irfan**

2. Panitia bertugas melaksanakan ujian Skripsi/Munaqasyah bagi saudara yang namanya tersebut diatas.
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.



Hal : **Permohonan Judul Skripsi**

Kepada Yth
Ketua Prodi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin
Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawa ini:

Nama : **NURLIANI. M**
Nim : 90100114023
Semester : VI (Enam)
Fak./Jur. : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Dengan ini mengajukan permohonan judul skripsi sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi Dan Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Di Kabupaten Polewali Mandar.
2. Analisis Pemanfaatan Dana Zakat Pada Baznas Provinsi Sulawesi Selatan (Study Kasus Masyarakat Binaan Baznas di Kecamatan Panakukang)
3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Daya Beli Mahasiswa Secara Online (Study Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar)

Dengan ini permohonan ini saya ajukan, atas perhatian dan persetujuan bapak/ibu saya ucapkan terima kasih.


Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 2 Mei 2017

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Islam

Pemohon,


Dr. Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag
Nip.19760701200212 2 001


Nurliani M
90100114023

*Acc 9/5 -
Gantlean Simopris / LB lctiga
Judul di atas let di tetap leam judul
Puelitina*



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 864924 Fax 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo No.36, Romangpolong – Gowa Tlp. (0411) 841879, Fax. (0411) 8221400

Nomor : 5392/EB.I/PP.00.9/2017
Lampiran : -
Hal : Undangan Seminar Proposal
A.n. Nurliani M/90100114023

Samata, 09 Oktober 2017

Kepada Yth :

1. Prof.Dr.H.Muslimin Kara, M.Ag. Sebagai Pembimbing I
2. Drs. Thamrin Logawali, MH. Sebagai Pembimbing II

Di-

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami mengundang bapak untuk menghadiri Seminar dan melaksanakan serta bertindak selaku Pembimbing pada Seminar Draft Skripsi yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Jumat 13 Oktober 2017
Waktu : 09.00 – 12.00
Judul Skripsi : *Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bni Syariah Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar*
Tempat : Ruang L. 101

Atas segala perhatian dan kehadirannya diucapkan banyak terima kasih

Wasalam
Dekan

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag
NIP. 19581022 198703 1 002

SURAT KETERANGAN
KFOM/877-02/063/03/2018

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Nirwan Alimuddin
Jabatan : Pimpinan Unit Mikro
Bank BNI Syariah KFO Wonomulyo

Menerangkan bahwa :

Nama : Nurliani. M
Nim : 9010014023
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Universitas : UIN Alauddin Makassar

Adalah benar-benar melaksanakan penelitian untuk S-1 di PT Bank BANI Syariah KFO Wonomulyo pada Februari 2018, dengan judul “ Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Mejadi Nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar “.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wonomulyo, 12 Maret 2018

PT Bank BNI Syariah
KFO Wonomulyo




Nirwan Alimuddin
Pimpinan Unit Mikro





KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 1321 TAHUN 2017

TENTANG

PEMBIMBING/PEMBANTU PEMBIMBING DALAM PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama **Nurllani M.** , Nim: **90100114023** tertanggal **25 Agustus 2017** untuk mendapatkan Pembimbing Skripsi dengan Judul: "**Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar**"
- Menimbang : a. Bahwa untuk membantu penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut, dipandang perlu untuk menetapkan pembimbing/pembantu pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas
b. Bahwa mereka yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing/pembantu
c. pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
6. Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 Jo tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
- Pertama : Mengangkat/ Menunjuk saudara :
1. **Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.** , Sebagai Pembimbing Pertama.
2. **Drs. Thamrin Logawall, M.H.**, Sebagai Pembimbing Kedua.
- Kedua : Tugas Pembimbing/ Pembantu Pembimbing dalam penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa adalah memeriksa draft skripsi dan naskah skripsi, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan kemampuan menguasai masalah,
- Ketiga : Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran Belanja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
- Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan didalamnya akan diperbaiki sebagaimana mestinya
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : **Samata-Gowa**
Pada tanggal : **29 Agustus 2017**



Tembusan :

1. **Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata-Gowa**
2. **Para Jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**
3. **Asip**

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Assalamu Alaikum Wr.Wb

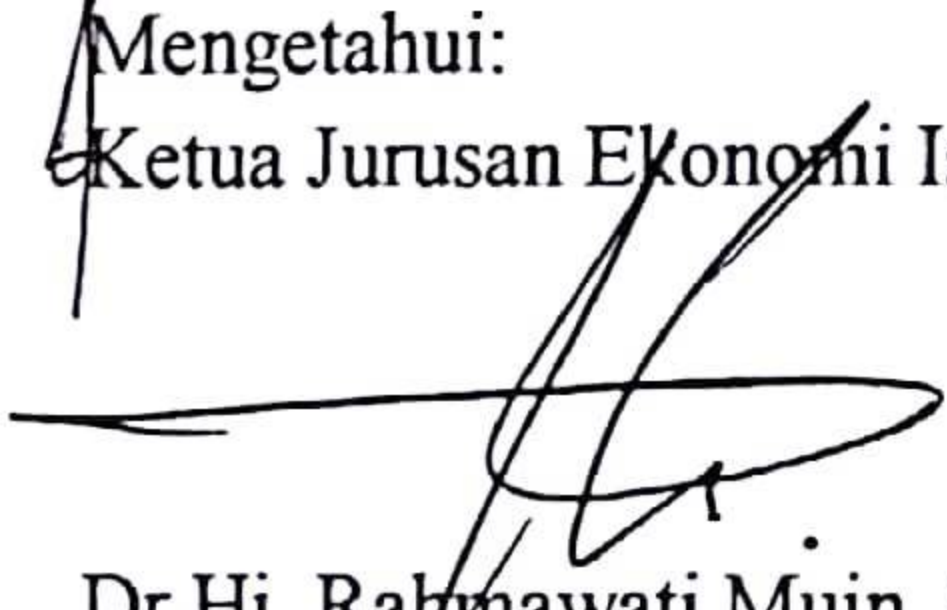
Yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar :

Nama : Nurliani M
NIM : 90100114023
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bni Syariah Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar


Demikian Permohonan kami, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Dr.Hj. Rahmawati Muin, S.Ag.,M.Ag
Nip.19760701200212 2 001

Yang bermohon


Nurliani M
90100114023



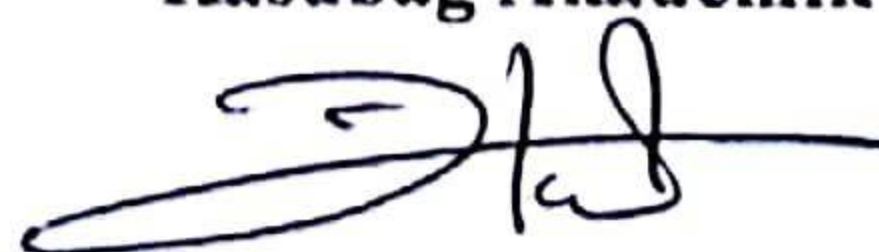
Disposisi:

Seminar Draft Proposal tersebut dilaksanakan sebagai berikut :

1. Tim Seminar Proposal

Ketua :
Sekertaris :
Pembimbing I : Prof.Dr.H.Muslimin Kara, M.Ag
Pembimbing II : Drs. Thamrin Logawali, MH
Pelaksana :
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Hari/Tanggal/Jam :

Samata-Gowa, 6 October 2017
An/Dekan,
Kasubag Akademik



Nurmiyah Muin, S.IP.,MM
NIP.19660526 199403 2 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar (0411) 864928 Fax 864923
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa – Gowa Tlp. 841879 Fax 8221400

Nomor : 051/EB.I/PP.00.9/2018

Samata, 17 Januari 2018

Lamp : -

Perihal : Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada,

Bupati Polewali Mandar Cq. Ka. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik

Di –

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama : Nurliani M
NIM : 90100114023
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Semester : VII (Tujuh)
Alamat : BTN Pao Pao Permai

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsinya "Pengaruh promosi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah BNI Syariah Kecamatan Wonomulyo"

Dengan Dosen pembimbing:
1. Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
2. Drs. Thamrin Logawali, MH.

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin melakukan penelitian di Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

Demikian harapan kami dan Terima Kasih.

Wassalam

Dekan,



Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.

NIP. 19581022 198703 1 002

Tembusan :

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata Gowa
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip
4. DPMPTSP Kabupaten Polewali Mandar



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl.Manunggal NO. 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 503/15/IPL/DPMPTSP/II/2018

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Izin Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mamasa Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Memperhatikan :
 - a. Surat Permohonan Sdr(i) **NURLIANI. M**
 - b. Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor : B-018/Bakesbangpol/B.I/410.8/I/2018, Tgl. 22 Januari 2018

MEMBERIKAN IZIN

Kepada :

Nama	:	NURLIANI. M
NIM/NIDN/NIP	:	90100114023
Asal Perguruan Tinggi	:	UIN ALAUDDIN MAKASSAR
Fakultas	:	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jurusan	:	EKONOMI ISLAM
Alamat	:	DS. BONNE – BONNE KEC. MAPILLI

Untuk melakukan Penelitian di Kec. Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar, terhitung Mulai Tanggal 05 Februari s/d 05 Mei 2018 dengan Judul **"PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BNI SYARIAH DI KECAMATAN WONOMULYO KABUAPTEN POLEWALI MANDAR"**.

Adapun Rekomendasi ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Penelitian kepada Bupati Polewali Mandar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata Pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Izin Penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Polewali Mandar
Pada Tanggal, 23 Januari 2018

a.n. **BUPATI POLEWALI MANDAR**
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**



H. SUAIB JAMALUDDIN, SE.,MM
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. : 195806111 98801 1 001

Tembusan:

1. Unsur Forkopinda di tempat;
2. Kepala Cabang BNI SYARIAH Kabupaten Polewali Mandar di tempat;
3. Camat Wonomulyo di tempat;



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ☎ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romang polong – Gowa . ☎ 424835, Fax 424836

PERSETUJUAN PENGUJI DAN PEMBIMBING

Pembimbing dan penguji penulisan skripsi saudara **Nurliani. M**, Nim : 90100114023, mahasiswa jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar”**, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke **Ujian Munaqasyah**.

Samata-Gowa, 19 Juli 2018

DOSEN PENGUJI DAN PEMBIMBING

Penguji I	: Dr. Amiruddin K, M.Ei	(.....)
Penguji II	: Memen Suwandi, SE., M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	: Drs. Thamrin Logawali, MH	(.....)

Nomor : 5775 /EB.1/PP.00.9/3/2018
Sifat : Penting
Lamp : -
Hal : Undangan Ujian Munaqasyah

Samata, 23 Juli 2018

Kepada Yth

Bapak/Ibu Penguji dan Pembimbing
Di-

Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri Ujian Munaqasyah Mahasiswa:


Nama : Nurliani M
NIM : 90100114023
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah Mikro Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar"

Yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Jum'at, 27 Juli 2018
Waktu : 09.00-16.00 Wita
Tempat : Ruang Seminar

Demikian atas perhatiannya kami diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan



Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ☎ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romang polong – Gowa . ☎ 424835, Fax424836

PENGESAHAN PROPOSAL

JUDUL PROPOSAL

**PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP
MINAT MENJADI NASABAH BNI SYARIAH DI KECAMATAN WONOMULYO
KABUPATEN POLEWALI MANDAR.**

Disusun dan diajukan Oleh :

Gowa, Januari 2018
Penyusun

NURLIANI. M
NIM : 90100114023

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag
NIP. 197104022000031002

Pembimbing II

Drs. Thamrin Logawali, M. H
NIP. 195510241987031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Hj. Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag
NIP. 197607012002122001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar

RIWAYAT HIDUP



NURLIANI. M. Penulis adalah anak ketiga dari lima bersaudara lahir dari buah cinta dan kasih sayang Ayahanda Alm. Musa Yusuf dengan Ibunda Hj St. Ama di Lampa polewali mandar pada tanggal 10 Juli 1996 Penulis pertama kali mengenyam pendidikan pada tahun 2002 di SDN 003 Lampa, kemudian Melanjutkan pendidikan pada tahun 2008 di SMP Negeri 1 Mapilli dan selesai pada tahun 2011 kemudian Kemudian melanjutkan lagi ke Madrasah Aliyah dan Alhamdulillah tamat pada tahun 2014 di Madrasah Aliyah Negeri Lampa, kemudian yang sama pula penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Angkatan 2014 di Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar sampai sekarang. Selain aktif diperkuliahan juga pernah aktif pada HMJ (Himpunan Mahasiswa Jurusan) Ekonomi Islam dan Forum Kajian Ekonomi Syariah dan menjabat sebagai sekretaris pelaksanaan seminar nasional.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R